

KATHOLIEKE UNIVERSITEIT LEUVEN

**FACULTEIT SOCIALE WETENSCHAPPEN
DEPARTEMENT COMMUNICATIEWETENSCHAP**

THE ORIGIN OF TASTE & ATTITUDE

Onderzoek naar de rol van de media in
de symbolische samenleving

Promotor : Prof. Dr. G. DE MEYER
Verslaggever : Prof. Dr. K. ROE

VERHANDELING
aangeboden tot het verkrijgen van
de graad van Licentiaat in de
Communicatiewetenschappen
door
Kris Vancluysen

academiejaar 2003-2004

Inhoud	
Lijst van tabellen	4
Lijst van figuren	6
Voorwoord	7
Algemene inleiding	8
1. Een symbolische samenleving	10
<i>1.1. Inleiding</i>	10
<i>1.2. Individualiseringsthese</i>	11
1.2.1. Individualisering gedefinieerd	11
1.2.2. Oorzaken van individualisering	13
1.2.3. Gevolgen van individualisering	14
<i>1.3. Een symbolische samenleving</i>	17
1.3.1. Individualisering als illusie	17
1.3.2. Nieuwe modus van sociale controle	18
1.3.3. Symbolen als sturingsmechanisme	21
<i>1.4. Rol en macht van de media in de symbolische samenleving</i>	22
1.4.1. Mediaculturele ruimten	22
1.4.2. Een dramademocratie	24
<i>1.5. Relatie tussen het middenveld en de massamedia</i>	26
1.5.1. Het belang van het middenveld	26
1.5.2. Invloed van televisie op middenveldparticipatie	27
<i>1.6. De symbolische samenleving in vraag gesteld</i>	32
<i>1.7. Besluit</i>	38
2. Methodologie	40
<i>2.1. Inleiding</i>	40
<i>2.2. Onderzoeksvragen</i>	41
<i>2.3. Onderzoeksontwerp</i>	42

2.3.1.	Type onderzoek	42
2.3.2.	Theoretische en operationele populatie	42
2.3.3.	Selectie van onderzoekseenheden	43
2.3.4.	Waarnemingsmethode	44
2.3.5.	Gestandaardiseerde vragenlijsten	46
2.3.5.1.	Concepten	46
a.	Media en muziek	46
b.	Middenveldparticipatie	48
c.	Antipolitieke houding	49
d.	Gevoelens van onveiligheid	51
e.	Politieke voorkeur	52
f.	Sociodemografische kenmerken	53
2.4.	<i>Data-analyse</i>	54
2.5.	<i>Besluit</i>	55
3.	Beschrijvende analyse	56
3.1.	<i>Inleiding</i>	56
3.2.	<i>Sociodemografische kenmerken</i>	57
3.3.	<i>Media en muziek</i>	61
3.3.1.	Televisie	61
3.3.2.	Radio	63
3.3.3.	Magazines	65
3.3.4.	Muziek	66
3.4.	<i>Middenveld</i>	69
3.5.	<i>Antipolitieke houding</i>	71
3.6.	<i>Onveiligheidsgevoelens</i>	75
3.7.	<i>Politieke voorkeur</i>	78
3.8.	<i>Besluit</i>	80
4.	Analyse onderzoeksvragen	81
4.1.	<i>Inleiding</i>	81
4.2.	<i>Onderzoeksvraag 1</i>	82
4.2.1.	Onderzoek A	82
4.2.2.	Onderzoek B	86

<i>4.3. Onderzoeksvraag 2</i>	96
<i>4.4. Onderzoeksvraag 3</i>	99
<i>4.5. Onderzoeksvraag 4</i>	100
4.5.1. Antipolitieke houding	100
4.5.2. Onveiligheidsgevoelens	101
<i>4.6. Onderzoeksvraag 5</i>	103
<i>4.7. Besluit</i>	106
Algemeen besluit	109
Referenties	111
Lijst van bijlagen	114

Lijst van tabellen

Tabel 3.1. Steekproefverdelingen naar geslacht	57
Tabel 3.2. Steekproefverdeling jongeren naar onderwijsvorm	58
Tabel 3.3. Steekproefverdeling ouders naar hoogst behaalde diploma	58
Tabel 3.4. Steekproefverdeling jongeren naar geboortjaar	59
Tabel 3.5. Steekproefverdeling ouderen naar geboortjaar	59
Tabel 3.6. Beoordeling van televisiezenders op schaal: gemiddelden	61
Tabel 3.7. Beoordeling van soorten programma's op schaal: gemiddelden	62
Tabel 3.8. Kijkfrequentie zenders: gemiddelden	63
Tabel 3.9. Beoordeling van radiozenders op schaal: gemiddelden	63
Tabel 3.10. Luisterfrequentie radiozenders: gemiddelden	64
Tabel 3.11. Verdeling beste tijdschrift	65
Tabel 3.12. Leesfrequentie tijdschriften: gemiddelden	66
Tabel 3.13. Beoordeling van muziekgenres op schaal: gemiddelden	67
Tabel 3.14. Luisterfrequentie muziekgenres: gemiddelden	68
Tabel 3.15. Tijd besteed aan het verenigingsleven	70
Tabel 3.16. Factoranalyse antipolitieke houding (vragenlijst A)	71
Tabel 3.17. Factoranalyse antipolitieke houding (vragenlijst B)	72
Tabel 3.18. Antipolitieke houding: percentages	72
Tabel 3.19. Vertrouwen in de regering: frequenties	74
Tabel 3.20. Factoranalyse onveiligheidsgevoelens (vragenlijst A)	75
Tabel 3.21. Factoranalyse onveiligheidsgevoelens (vragenlijst B)	75
Tabel 3.22. Onveiligheidsgevoelens: percentages	76
Tabel 3.23. Politieke voorkeur: percentages	79
Tabel 4.1. Structuurmatrix factoranalyse: twee dimensies (jongeren en ouderen)	84
Tabel 4.2. Correlatiematrix media- en muziekgebruik: jongeren	87
Tabel 4.3. Correlatiematrix media- en muziekgebruik: ouderen	89
Tabel 4.4. Kijken naar openbare en/of commerciële zenders: frequenties	91
Tabel 4.5. Kijken naar VTM en/of TV1: frequenties	91
Tabel 4.6. Kijken naar VTM en/of Canvas : frequenties	91
Tabel 4.7. Luisteren naar Studio Brussel en/of Donna: frequenties	92
Tabel 4.8. Luisteren naar Radio 1 en/of Contact: frequenties	93
Tabel 4.9. Lezen van HUMO en/of Dag Allemaal: frequenties	93

Tabel 4.10. Lezen van Knack en/of P-Magazine: frequenties	93
Tabel 4.11. Beluisteren van rock en/of house: frequenties	94
Tabel 4.12. Beluisteren van klassieke en/of hitparademuziek: frequenties	94
Tabel 4.13. Beluisteren van jazz/blues en/of TOTZ-muziek: frequenties	95
Tabel 4.14. Tijd besteed aan het verenigingsleven: correlaties met zenders (A en B)	97
Tabel 4.15. Middenveldparticipatie: correlaties met zenders (A)	98
Tabel 4.16. Formele/informele middenveldparticipatie : correlaties met zenders (B)	98
Tabel 4.17. Antipolitieke houding: correlaties met zenders	101
Tabel 4.18. Onveiligheidsgevoelens: correlaties met zenders	102
Tabel 4.19. Media/muziekvoorkeur: ja/nee voorkeur voor Vlaams Blok (jongeren)	103
Tabel 4.20. Media/muziekgebruik: ja/nee voorkeur voor Vlaams Blok (jongeren)	104
Tabel 4.21. Media/muziekvoorkeur: ja/nee voorkeur voor Vlaams Blok (ouderen)	104
Tabel 4.22. Media/muziekgebruik: ja/nee voorkeur voor Vlaams Blok (ouderen)	105

Lijst van figuren

Figuur 3.1. Steekproefverdeling naar vragenlijst en generatie	57
Figuur 3.2. Beoordeling van televisiezoekers op schaal: gemiddelden	61
Figuur 3.3. Beoordeling van radiozoekers op schaal: gemiddelden	64
Figuur 3.4. Antipolitieke houding naar vragenlijst: percentages	73
Figuur 3.5. Onveiligheidsgevoelens naar vragenlijst: percentages	77
Figuur 3.6. Politieke voorkeur naar vragenlijst: percentages	79

Voorwoord

Een voorwoord schrijven gebeurt meestal als de grote werkzaamheden achter de rug zijn, als de eindverhandeling eigenlijk al uit de printer rolt. De eindmeet van vier jaar studie is in zicht en het besef groeit dat je die meet nooit zou gehaald hebben zonder de steun van een aantal mensen. Deze verdienen het dan ook hier, voor het eigenlijke werk begint, bedankt te worden.

In de eerste plaats mijn promotor professor Gust De Meyer. Hij gaf me niet alleen het vertrouwen een thesisonderwerp te nemen dat niet op de lijst van onderwerpen voorkwam en bovendien ook hem nauw aan het hart ligt, maar stond mij ook bij in geval van problemen en het concreet maken van mijn onderzoek. Verder wens ik ook Agnetha Broos te bedanken bij wie ik steeds terecht kon met allerlei vragen over statistische procedures en interpretaties.

Mijn beide ouders hebben ook recht op een woord van dank. Niet in het minst vanwege de financiële steun om een universitair diploma te halen, maar ook voor het meermaals verwennen met lekkernijen, niet alleen tijdens de examenperiodes, maar ook daarbuiten.

Dankbaarheid gaat ook uit naar de schooldirecties, de begeleidende leerkrachten, de laatstejaars én hun ouders van de scholengemeenschap Sint-Pieter, meer bepaald het Sint-Jozefscollege, het Sinte-Lutgart Instituut en het Vrij Technisch Instituut in Beringen, en het Instituut Onbevlekt Hart van Maria in Lummen. Zonder hun bereidwillige medewerking was dit sociologisch onderzoek niet mogelijk geweest.

Verder zijn er ook nog mijn kotgenootjes Ann, Lieve, Sigrid en Winde die ik wil bedanken voor de vele momenten van afleiding en de talrijke kotfeestjes in ons huisje. Absoluut niet te vergeten zijn ook mijn collega's van studentenkring Politika die er mee voor zorgden dat dit laatste jaar de geschiedenis ingaat als 'onvergetelijk'. Een bedankje is er ten slotte ook voor tal van andere mensen, meer in het bijzonder Renaat (voor de diepgaande gesprekken), Pieter N. (voor de 'riskavonden'), Pieter B. (voor de humor), broer Jeroen (voor de verre uitstappen tussendoor) en vele anderen waarvoor de ruimte hier ontbreekt.

Algemene inleiding

‘Haal je een vrouw voor de geest, gekleed in een gebloemde legging met daarover een trainingsvest of sweater [...]. Met de ogen dicht kun je toch een hele levensloop verzinnen bij die dame: een lagere opleiding, ze kijkt naar VTM en leest Dag Allemaal, Het Laatste Nieuws of Het Volk. Ze winkelt graag in Aldi en Wibra, en denkt met heimwee terug aan de tijd van Tien om te zien. Als ze een zootje heeft is de kans groot dat het joch Kevin heet, of Killian ,of iets gelijkaardigs. [...] Als ze een gsm heeft, hangt ze die zichtbaar in een etui aan haar zijde. Haar man/partner heeft zijn haar ofwel erg kort geschoren, ofwel draagt hij het in een matje in de nek.’ (Pauli, 19.10.02, p. 56)

Dit citaat komt uit *De Morgen* (19.10.2002) naar aanleiding van een artikel over de publicatie van *De Symbolische Samenleving* en schetst kort de gedachtegang die in deze publicatie de rode draad vormt. In *De Symbolische Samenleving* probeert VUB-socioloog Mark Elchardus samen met zijn TOR-team een globale analyse te maken van de Vlaamse samenleving op basis van disparate inzichten die ze de voorbije jaren verkregen hadden. Uit deze analyse blijkt dat er in Vlaanderen talrijke deelgroepen bestaan, deelgroepen die met elkaar weinig of niets te maken hebben, maar die bestaan omdat bepaalde groepen van mensen dezelfde gevoeligheden hebben, eenzelfde levensstijl delen of eenzelfde taal spreken.

Dit geheel van smaken en attitudes heeft niets te maken met de financiële positie of de sociaal-economische status, maar ontstaat op basis van symbolisch kapitaal. Omdat nu net symbolisch kapitaal op een subtiele manier aan de basis ligt van de vorming van clusters van smaken en opvattingen, zijn de verstrekkers van dat symbolisch kapitaal enorm belangrijk geworden: de massamedia, het onderwijs en de reclame zijn als het ware instrumenten geworden van verdieping van de culturele, en daardoor ook van de sociale kloof. Vooral televisie blijkt een belangrijk element van ‘sociale apartheid’ te zijn, onder meer door een permanente aanslag te plegen op het middenveld.

Naar aanleiding van de publicatie van *De Symbolische Samenleving* is een geanimeerd debat ontstaan waarbij het bestaan van een symbolische samenleving in het algemeen en de macht van de media in die samenleving in het bijzonder sterk gerelativeerd wordt. Eén van de protagonisten in dit debat is KUL-professor Gust De Meyer die in de eerste hoofdstukken van zijn essay *Manifest van een cultuurpopulist* de onderzoeken van de TOR-groep sterk in vraag stelt. Volgens De Meyer berusten deze onderzoeken immers

op vooringenomenheid en bezitten individuen nog steeds een grote mate van autonomieit in hun handelen.

Met deze eindverhandeling wordt geprobeerd een bijdrage te leveren aan het debat over wat wij hier *the origin of taste and attitude* zullen noemen. De vraag waarop we een antwoord zullen trachten te geven is welke rol de media spelen in de vorming van clusters van smaken en opvattingen. Meer specifiek zullen we aan de hand van een replicatieonderzoek nagaan of we bepaalde smaken- en opvattingenpatronen kunnen onderscheiden. Gezien de bescheiden middelen van dit onderzoek beperken we ons tot muziek- en mediasmaken, opvattingen inzake politiek en gevoelens van onveiligheid en wordt gekeken hoezeer het verenigingsleven een invloed heeft. Op die manier wensen we na te gaan in welke mate sommige van de clichés uit bovenstaand citaat realiteit of fictie zijn.

In het eerste hoofdstuk van deze eindverhandeling zal uitvoerig aandacht besteed worden aan het begrip ‘symbolische samenleving’ en de rol van de media en het middenveld hierin. Ook worden de kritieken behandeld die de basis zullen vormen voor ons verdere onderzoek. Op basis van het theoretisch kader zullen vervolgens in het tweede hoofdstuk de concrete onderzoeksvragen geformuleerd worden en wordt de onderzoeksmethode uiteengezet. De verschillende stappen van het onderzoek zullen hier worden besproken. In het derde hoofdstuk wordt een beschrijvende analyse gegeven van de onderzoeksdata. Hierbij zal vooral aandacht besteed worden aan mediagebruik en mediavorkeuren, het verenigingsleven en bepaalde opvattingen. In het vierde en laatste hoofdstuk trachten we dan een antwoord te formuleren op onze onderzoeksvragen. In dit slothoofdstuk zal met andere woorden onderzocht worden welke rol de media spelen in de vorming van clusters van smaken en opvattingen en wordt gekeken in welke mate deze overeenkomen met de stellingen van de TOR-onderzoekers.

1. Een symbolische samenleving

1.1. Inleiding

De Vlaamse samenleving is volgens VUB-socioloog Mark Elchardus een ‘symbolische samenleving’. Het verwijst naar een samenleving waar de maatschappelijke ordening niet meer verloopt via oude breuklijnen zoals het inkomen of de sociaal-economische positie, maar via een symbolische of culturele status. Om te komen tot een duidelijke omschrijving van het begrip ‘symbolische samenleving’ beginnen we dit eerste hoofdstuk met een uiteenzetting van de individualiseringstheorie. Deze theorie heeft in de recente sociologie een voorname plaats ingenomen en staat rechtlijnig tegenover de theorie van de symbolische samenleving, die in een volgende paragraaf zal worden behandeld.

Verder staan we ook stil bij de specifieke rol en de macht van de media in de symbolische samenleving. Hierbij wordt aandacht besteed aan begrippen als ‘mediaculturele ruimten’ en ‘dramademocratie’. Vervolgens werpen we een blik op de relatie die er bestaat tussen het middenveld en de massamedia. In een laatste paragraaf ten slotte stellen we op basis van kritieken de hele gedachtegang rond een symbolische samenleving in vraag, wat uiteindelijk zal leiden tot de onderzoeksvragen die in het tweede hoofdstuk geformuleerd zullen worden.

We willen er op wijzen dat dit eerste hoofdstuk geen exhaustieve literatuurstudie beoogt. Dit inleidende eerste hoofdstuk dient veeleer gelezen te worden als theoretisch kader in het licht van een bepaalde probleemstelling en het concrete onderzoek dat we voeren, een onderzoek dat aan bod komt vanaf het tweede hoofdstuk van deze eindverhandeling.

1.2. Individualiseringstheorie

1.2.1. Individualisering gedefinieerd

De term 'individualisering' dook voor het eerst op in de sociologie vanaf het midden van de jaren tachtig. Dat deze term nogal gemakkelijk kan misleiden blijkt uit het feit dat deze uitdrukking vaak bijbetekenissen oproept zoals individualisme of egoïsme. Toch heeft individualisering niets te maken met het centraal stellen van het eigenbelang, egoïsme, utilitarisme, utilitair individualisme of andere aanverwante begrippen (Waage, 1994, p. 328).

Individualisering kan men omschrijven als een tweevoudig proces (Laermans, 1999, p. 211). Ten eerste heeft individualisering betrekking op de relativering van alle traditionele normen en waarden. Men kan in dit geval spreken van een detraditionalisering of ontroutinisering van het alledaagse leven. Het is een proces waarbij mensen zich distantiëren van de traditionele sociale kaders als klasse, gezin, kerk of buurt. Deze sociale kaders die Huyse (1997, p. 34) 'de regisseurs van het menselijk handelen' noemt, zijn naar de achtergrond gedrongen en vormen niet meer de scripts met opgelegde gedragspatronen.

Parallel met detraditionalisering staat individualisering voor de overtuiging dat er in de wereld vele mogelijkheden openliggen en dat het individu in principe zelf een levensloop ontwikkelt die nauw aansluit bij zijn particuliere visies, wensen en verlangens. Het is een uitbreiding van de menselijke autonomie in het alledaagse leven en betreft zowel de omgang met opvattingen of betekenissen als de stilering van het persoonlijk leven. Individualisering houdt dan in dat mensen zich onder andere in hun kledingkeuze of culinaire voorkeuren, evenals in hun persoonlijke meningen of opvattingen, een grotere vrijheid aanmeten (Laermans, 1999, p. 211).

De socioloog die de individualiseringstheorie uitvoerig beschreven heeft is Ulrich Beck. In *Risk Society* heeft Beck (1992, p. 129) het over de vrijmaking (*Freisetzung*) van het individu, een toename van de persoonlijke beslissingsvrijheid inzake waarden, overtuigingen en handelingen in het persoonlijke leven. Individualisering betekent dus dat de levensloop van een individu losgemaakt is van gegeven determinanten en in zijn eigen handen ligt, open tot en afhankelijk van het nemen van beslissingen:

In the individualized society the individual must learn, on pain of permanent disadvantage, to conceive of himself or herself as the center of action, as the planning office with respect to his/her biography, abilities, orientations, relationships and so on (Beck, 1992, p. 135).

Het individu kan bijgevolg beschikken over een breed keuzepallet aan mogelijkheden. Klaassen (1993, p. 174) wijst er wel op dat enkel het bewust, doordacht gebruik van deze keuzemogelijkheden op individualisering wijst, en dus niet louter het bestaan ervan. Mensen moeten hun keuzemogelijkheden en handelingsspeelruimten zelf actief gaan benutten en invullen. Individualisering veronderstelt bijgevolg een actief kiezend individu dat reflexief met de maatschappelijke realiteit omgaat. Biografieën van mensen worden zelfreflexief, of met de woorden van Lash: *self-monitoring* (1993, p. 2). Dit heeft als gevolg dat beslissingen inzake opleiding, beroep, arbeids- of woonplaats, huwelijkspartner, kinderaantal, enzovoort voortaan zelf moeten worden genomen. Het leven verandert derhalve door de ‘vrijmaking’ in een eindeloze beslissingsketen (Beck, p. 135). De mens wordt geconfronteerd met de tirannie van de mogelijkheden en wordt een *homo optionis* (Beck & Beck-Gersheim, 1996, p. 31).

Ook Giddens (1995, pp. 74-80) volgt de redenering van Beck. Zo stelt hij in *Modernity and Self-identity* dat in de postmoderne samenleving het ‘zelf’ gezien moet worden als een continu reflexief project waarvoor het individu zelf verantwoordelijk is. Mensen zijn niet wat ze zijn, maar wat ze van zichzelf maken. Toch is het ‘zelf’ geen lege doos. Er zijn immers de talrijke psychologische processen die dienen als parameter voor de organisatie van het ‘zelf’. Anderzijds is wat een individu wordt afhankelijk van de reconstruerende *endeavours* waarin hij of zij zich engageert.

Volgens Huyse (1997, pp. 38-39) hebben een aantal sectoren van de economie soepel ingespeeld op de individualiseringstendens. Hij geeft hierbij het voorbeeld van het personaliseren, via het mengen van allerhande opties, van auto’s, hifi-installaties en bankleningen. Ook het grote aanbod aan magazines en tijdschriften en de komst van de kabeltelevisie leveren goede illustraties. Zo biedt deze laatste, naast een twintigtal algemene zenders, allerhande speciale kanalen aan zoals muziekszenders, sportzenders, een filmnet, een kindernet, enzovoort. Het zappen en de videorecorder verhogen volgens Huyse daarenboven nog het vermogen van de kijker om naar eigen smaak aan zijn informatie en ontspanning te komen.

1.2.2. Oorzaken van individualisering

Beck (1992, p. 129) situeert de doorbraak van het proces van individualisering in de periode na de Tweede Wereldoorlog. Deze periode kenmerkt zich namelijk door een sterke stijging in het gemiddelde onderwijspeil en het modale gezinsinkomen. Allereerst vormt een relatief hoog inkomen een materiële mogelijkhedenvoorwaarde voor het realiseren van individuele keuzes. Daarnaast is wie meer verdient ook minder afhankelijk van de directe materiële steun van familie, buurt of andere sociale verbanden. Mensen kunnen zich bijgevolg makkelijker aan de dwang van geïnstitutionaliseerde waarden, normen en overtuigingen onttrekken. Een stijging in het onderwijspeil verhoogt dan weer de mentale afstand tegenover de in het gezin overgeleverde cultuur. De in het gezin aangeleerde waarden en normen verliezen zo hun vanzelfsprekend karakter in het licht van de op school verworven vaardigheden als reflectie en kritiek (Laermans, 1992, pp. 66-67).

Volgens Huyse (1997, p. 36) is individualisering het gevolg van enkele cruciale veranderingen in de werelden van arbeid en gezin. Wijk, werkplaats en gezin waren een belangrijke bron van regieaanduidingen voor het individu. Deze biotopen waren determinerend voor het tonen van solidariteit, voor de manier van kleden en wonen, het opvoeden van kinderen, enzovoort.

De biotoop van arbeid heeft vooral betekenis verloren doordat het beslag van arbeid op de mens is afgenomen. Er wordt steeds vroeger met pensioen gegaan en langer gestudeerd, de werkweek is korter en vakanties zijn langer. Daarenboven is deeltijds werken populairder dan nooit tevoren en zijn er allerhande keuzemogelijkheden ontstaan die er vroeger niet waren. Zo zorgen de flexibele werktijden en de nieuwe media zoals het internet ervoor dat mensen tot een meer geïndividualiseerde dagordening komen, bijvoorbeeld door aan telewerken te doen. In de plaats van de onbeweeglijke nine-to-five job komt een bijna oneindige verscheidenheid aan individuele programma's (Huyse, 1997, p. 36).

Naast deze evolutie wijst Huyse (1997, p. 36) op het verruimde aanbod aan soorten arbeid. Er zijn tegenwoordig immers heel wat vormen die tussen werkloosheid en volledige tewerkstelling liggen. Interimarbeid, seizoenarbeid, ingroei- en uitgroei banen en jongerenstages zijn hiervan slechts enkele voorbeelden. Ook wordt ploegen- en

nachtarbeid toegankelijk voor grotere aantallen werknemers, waaronder heel wat vrouwen.

Naast de biotoop van de arbeid heeft ook de biotoop van het gezin als regisseur van het leven aan betekenis verloren. Ook hier is volgens Huyse (1997, pp. 37-38) het aanbod aan gedragsmodellen toegenomen. Ongehuwd samenwonen, ongehuwd moederschap, LAT-relaties, alleenstaande vaders en moeders en homohuwelijken zijn intussen ingeburgerd en juridisch aanvaard. Binnen het koppel vervagen de traditionele rollenpatronen wat alternatieven opent voor man en vrouw. Vooral de positie van de vrouw is de laatste decennia grondig gewijzigd. Als echtgenote en moeder was haar levensloop altijd al in aanzienlijke mate geprogrammeerd geweest. Daarenboven is onderwijs en arbeid voor vele vrouwen toegankelijk geworden. Voortgezette studie en het opnemen van een job scheppen meerkeuzemogelijkheden die vroeger ontbraken. Zo vergroot een eigen inkomen de kansen om in allerlei situaties een eigen weg te gaan.

Andere oorzaken van het naoorlogse individualiseringsproces zijn de trend tot suburbanisatie, de toegenomen vrije tijd en een verhoogde mentale en geografische mobiliteit, respectievelijk gerealiseerd door de komst van de televisie en de auto (Laermans, 1992, p. 67).

1.2.3. Gevolgen van individualisering

Het individu als handelingscentrum en het bewuste, reflexieve karakter van individualisering heeft echter ook een keerzijde. Zo stelt Huyse (1997, p. 40). dat opgelegde routes een zeker comfort bieden. Ze leggen beperkingen op, maar bieden tegelijkertijd ook bescherming. Huyse illustreert dit met de opkomst van een aantal nieuwe gedragsmodellen in de biotoop van het gezin. Ongehuwd moederschap, een LAT-relatie en echtscheidingen bevrijden de vrouw weliswaar van de voorspelbare levensloop die het traditionele huwelijk gewoonlijk meebracht, maar tezelfdertijd valt de garantie van een levenslange bescherming door de echtgenoot weg.

Ook de verantwoordelijkheid verschuift naar het beslissende individu. Aangezien de sociale controle door tradities, geloof of goed omliggende en praktische regels niet meer binnen het geïndividualiseerde denken passen, ligt schuld minder dan vroeger het geval was bij God, de natuur, het gezin of de samenleving. Ook falen wordt dus een zaak van

het individu (Huyse, 1997, p. 41). Volgens Beck (1992) leidt deze geïndividualiseerde levenshouding tot een samenleving waar *risiko* centraal staat. Hij spreekt dan ook over de hedendaagse maatschappij als een risicomaatschappij. Net zoals in de industriële samenleving de verdeling van goederen centraal stond, zal volgens Beck in de risicomaatschappij, wat de tweede fase is van de moderniteit, de verdeling van gevaren, risico's en ongelukkige toevallen centraal komen te staan. Ook Lash (1993, p. 14) verdedigt deze theorie. Hij gebruikt hiervoor de term *contingency*.

De keerzijde van individualisering is bijgevolg de dwang die individuen ervaren om steeds weer op zoek te gaan naar oplossingen en steeds opnieuw zelfstandige keuzes te maken zonder te kunnen beschikken over traditionele oriëntatiepatronen. Laermans (1999, p. 213) spreekt over de paradox van het individualiseringsproces in die zin dat culturele desinstitutionalisering resulteert in een geïnstitutionaliseerde keuze- of beslissingsdwang. Het ideaaltypische individu van tegenwoordig moet 'weten wat het zelf wil', ook als het helemaal geen idee heeft. Dezelfde redenering vinden we terug bij Beck (1992, p. 128). Individualisering is zowel *disembedding*, het losmaken van historisch voorgeschreven vormen en verbintenissen, als *re-embedding*, een nieuw soort sociale verplichting. Mensen staan nu zelf in voor de integratie in de samenleving en de keuzes die ze hierbij maken.

Door het verdwijnen van opgelegde gedragspatronen verdwijnt ook de basis van waaruit mensen hun identiteit bepalen. Dit kan volgens Huyse (1997, p. 41) resulteren in een open of sluimerende identiteitscrisis:

Wat de maatschappij een vader, een arbeider of een katholiek aan modelgedrag voorschrijft, vormt als het ware een spiegel waarin het individu 'zichzelf ziet'. Als deze rollen vervagen geeft de spiegel geen scherp beeld meer. Voor een antwoord op de vraag 'wie ben ik?' moet het individu dan op zoek naar nieuwe spiegels.

Die spiegels kan men vinden via twee wegen. Enerzijds kan men zich gaan identificeren met een etnische gemeenschap waarbij een gedeelde moedertaal, cultuur, godsdienst of verleden als bouwstenen dienen voor de (re)constructie van een identiteit. Anderzijds reiken mediabeelden en reclameboodschappen elementen aan die qua werking doen denken aan wat eertijds vanuit de arbeiders- of burgerijcultuur op het individu afkwam. Toch lijkt er, aldus Laermans, een verschil te zijn met vroeger:

Wat de commerciële cultuur predikt, wordt niet als dwingende gedragsmodellen, maar als suggesties ervaren. Bovendien is het aanbod zo verscheiden dat een geïndividualiseerde keuze mogelijk blijft. Maar het is wel zeker dat de signalen die popidolen, tv-makers en de populaire pers uitsturen, elementen leveren voor het antwoord op de 'wie ben ik?'-vraag. (Huyse, 1997, p. 42).

Individualisering leidt ook tot een nieuwe vorm van sociale ongelijkheid. De nieuwe keuzemogelijkheden die in de plaats komen van versperringen zorgen ervoor dat mensen meer moeten uitzoeken welke weg zij gaan. Het is belangrijk dat men uit het keuzepallet trefzeker kiest. De sociale vaardigheden en scholing die men daarvoor nodig heeft zijn echter niet iedereen gegeven. Huyse (1997, p. 42) geeft het voorbeeld van jongeren aan wie voortgezet onderwijs is voorbijgegaan. Voor deze groep gelden aanzienlijke vrijheidsbelemmeringen. Ook het financiële aspect is belangrijk. Vele opties van het keuzepallet zijn immers enkel bereikbaar voor wie ze kan betalen. Goed en vast werk zijn bijgevolg heel belangrijk voor de *freisetzung* van het individu. Beck wijst er wel op dat deze hedendaagse vorm van sociale ongelijkheid minder klassegebonden is dan men zou denken. Als men iemands klassenpositie kent, kan men volgens Beck (1992, p. 131) niet langer voorspellen hoe die persoon het leven ziet, welke relaties die persoon zal aangaan, welke positie hij in het gezin zal bekleden, welke politieke en sociale ideeën en identiteit hij heeft, kortom, welke keuzes hij maakt. De sociale ongelijkheid wordt op een geïndividualiseerde wijze gereproduceerd.

Een andere ontwikkeling die niet los gezien kan worden van de trend naar individualisering is de overgang van bevel naar onderhandeling. Hoe mensen in het gezin, op school of in het verenigingsleven met elkaar omgaan ligt niet langer meer vast, maar is gebaseerd op onderhandelingen die telkens weer opnieuw geopend kunnen worden. Er wordt minder bevolen en meer onderhandeld. Bevelen worden frequenter vervangen door afspraken. Gezinsleden volgen meer dan voorheen uiteenlopende trajecten. Hun dagindeling gaat daardoor grote verschillen vertonen, met een acute behoefte aan overleg en afspraken tot gevolg. Huyse (1997, pp. 44-45) benadrukt dat dit niet enkel gaat om een feit, maar bij velen ook om een verwachting. Beck (1992, p. 129) spreekt in deze context over de komst van de *negotiated family*: via allerlei afspraken wordt het samenleven tussen man en vrouw, tussen ouders en kinderen georganiseerd.

1.3. Een symbolische samenleving

1.3.1. Individualisering als illusie

Hoewel vertrouwde, controlerende instellingen zoals geloof, sociale bewegingen (of zuilen) en gezin inderdaad in grote mate hun greep verliezen op het denken en handelen, is volgens Elchardus (2002, p. 51) de individualisering van smaak en opvattingen helemaal niet zo ver gevorderd als de these van de risicomaatschappij wil laten geloven. Deze these is verkeerd en misleidend, aldus Elchardus, omdat collectieve identiteiten, zoals het geslacht, de levensbeschouwing, de onderwijsvorm en het onderwijsniveau nog steeds een heel grote invloed hebben op het voelen en denken van individuen. Individuele keuzes worden volgens Elchardus nog heel sterk door deze collectieve identiteiten beïnvloed. Mensen nemen nog heel vaak beslissingen zoals dat op basis van hun geslacht en opleiding kan worden verwacht. Zo kan men indien enkel de maatschappelijke opvattingen en houdingen van een persoon gekend zijn, in nagenoeg acht gevallen op de tien correct voorspellen of het om een man of een vrouw gaat (Elchardus & Glorieux, 2002, p. 18).

Elchardus verwijst bovendien naar een onderzoek van Gerhards en Hackenbroch (1997). Deze Duitse onderzoekers kwamen tot de conclusie dat in de periode tussen 1894 en 1994 in Duitsland heel wat nieuwe voornamen opdoken. Tegelijkertijd bleek dat de keuze van voornamen sterk klassegebonden was. Elchardus volgt deze gedachtegang en stelt dat voornamen als 'Wendy' of 'Kevin' frequenter voorkomen in de lagere sociale klassen dan in de hogere (Rondas, 20.10.2003). Toch hoort de mens van vandaag bijzonder graag dat wij unieke en onderling verschillende individuen zijn. Men wil niet meer horen van een groeiende standaardisering die wordt doorgevoerd door langdurige, voortdurende en diep op het leven ingrijpende processen van socialisatie en beïnvloeding. Het individualisme, of het geloof dat ieder origineel is, maakt volgens Elchardus immers deel uit van het hedendaagse zelfbeeld.

Door het vervagen van tradities en vertrouwde breuklijnen ontlenu de mensen volgens Elchardus (2000, pp. 50-55) vandaag de illusie dat ze een grote individuele keuzevrijheid hebben. Het geloof dat het individu bevrijd is van externe gedragssturing en bijgevolg ook zijn eigen mogelijkheden kan realiseren wordt door Elchardus echter gezien als een 'debiliserend individualisme':

Het individualisme is ronduit debiliserend. De stelling dat individualisering de tanende invloed van ideologie, kerk, zuil en beweging verklaart, is niet alleen verkeerd, maar ook verhullend en verlamdend. Het is ontegensprekelijk juist dat het gezag van de traditionele instellingen is afgezwakt, maar het is ronduit verkeerd daaruit te besluiten dat individuele beslissingen in de plaats zijn gekomen (Elchardus, 2002, p. 54).

De vraag naar de nieuwe controlerende instellingen, die de rol van de traditionele hebben overgenomen, wordt volgens Elchardus door de aanhangers van de individualiseringstheorie niet gesteld. De schijnbaar geïndividualiseerde mens is blind voor een nieuw soort verkokering, een verkokering die zijn grondslagen vindt in de zeer grote invloed van school, media en reclame. Het zijn deze nieuwe controlerende instellingen die de rol van de traditionele instellingen hebben overgenomen.

1.3.2. Nieuwe modus van sociale controle

Onze samenleving is geëvolueerd naar een 'symbolische samenleving'. Deze evolutie heeft te maken met een radicale verandering in één van de meest fundamentele kenmerken van een samenleving: de modus van sociale controle. Onder deze modus van sociale controle verstaat Elchardus (2002, p. 46) 'de wijze waarop het gedrag van mensen in een samenleving wordt gestuurd'. Alle samenlevingen sturen het gedrag van hun leden. Zo worden sommige gedragingen zoals diefstal zeldzaam en andere zoals de zorgzaamheid tegenover kinderen frequent gemaakt. De wijze waarop samenlevingen het gedrag van hun leden sturen, bepaalt de wijze waarop de economie, de politiek, het culturele leven en de vorming van de gemeenschappen verloopt. Zij is als het ware de identiteit van de samenleving (Elchardus & Glorieux, 2002, p. 185).

Vroeger vond, zoals reeds eerder gezegd, de sociale controle plaats via de vertrouwde, controlerende instellingen zoals het geloof, het gezin en allerhande sociale bewegingen. De concrete gedragsvoorschriften die deze instellingen voorschreven, verloren echter hun legitimiteit. We kunnen dit illustreren aan de hand van het verschijnsel 'verzuiling'. Verzuiling is volgens Huyse (1987, pp. 14-17) de verregaande organisatie van het dagelijks leven op grond van levensbeschouwelijke of ideologische verscheidenheid

waardoor aparte, geïsoleerde werelden ontstaan met eigen scholen, ziekenhuizen, vakbonden, politieke partijen, jeugdbewegingen, week- en dagbladen, sportclubs, cultuurverenigingen, enzovoort. Deze werelden gaan vervolgens als netwerken transacties aan met de staat en streven naar een zo groot mogelijke reikwijdte.

De organisatie van het maatschappelijke leven op basis van levensbeschouwelijke instellingen was aan het begin van de jaren zestig, althans in haar oorspronkelijke vorm, over haar hoogtepunt heen. Volgens Huyse (1987, p. 43) liggen volgende factoren aan de basis van de afbrokkeling van de verzuiling, factoren die eerder al aan bod kwamen als aanzet tot individualisering. Aan katholieke zijde was er het effect van de voortschrijdende secularisering die de samenhangsgevoelens aantastte. In de arbeidersgroep was er het effect van de welvaarts-groei waardoor het besef van een collectieve onderdrukking grotendeels verdween en een meer individuele levensstijl de voorheen gemeenschappelijke subcultuur verdrong. Daarnaast heeft het afsterven van de verschillende ‘zuilsubculturen’ ook te maken met het feit dat zij geen antwoord meer moeten geven op maatschappelijke crisistoestanden omdat de oorspronkelijke noodsituatie verdwenen is (Huyse, 1987, p. 43). Hooghe (2003, p. 134) benadrukt dan weer dat de invloed van de verzuiling niet van de ene dag op de andere verdwenen is. De verzuiling treedt nog steeds op, zij het vooral bij oudere leeftijdsgroepen, aldus Hooghe.

Door de spectaculaire onderwijsexpansie sinds de jaren zestig, de tendens tot het levenslang leren, de uitbreiding van het onderwijscurriculum met aandacht voor waarden, burgerschaps- en karaktervorming, de opkomst en razendsnelle verspreiding van de media van massacommunicatie en de alomtegenwoordigheid van reclame en/of propaganda gebeurt de sociale controle volgens Elchardus (2002, p. 47) nu op een subtielere wijze. Door de culturele revolutie heeft ze nu meer betrekking op de ‘gedragsoriënterende factoren’ die haast constant via het onderwijs, de media en de reclame gevormd en beïnvloed worden. De gedragsoriënterende factoren zijn deze factoren die het keuzeproces als het ware van binnenuit, vanuit het individu, sturen: de smaken, opvattingen, emoties, motivaties, kennis, vaardigheden en waarden.

Men kan dus zeggen, aldus Elchardus (2002, p. 46), dat in de samenlevingen die de vermelde culturele revolutie van onderwijs, televisie en andere media van massacommunicatie en reclame hebben doorgemaakt, van individuen, veel meer dan vroeger het geval was, verwacht wordt dat ze keuzes maken. Deze stelling van het individu als planbureau zagen we eerder ook al bij Beck (1992, p. 135), waar het individu

beschouwd wordt als het centrum van alle handelen. Verschil met Elchardus is dat ondanks de toegenomen keuzevrijheid van het individu, de samenleving de gemaakte keuzes poogt te controleren en te sturen. Dit doet ze via de vorming in gewenste kennis, vaardigheden, opvattingen, smaken, houdingen en emoties. Elchardus (2002, p. 46) spreekt in dit geval van een 'gestuurde vrije keuze'.

In de huidige samenleving gaat de controlerende invloed dus uit van de socialiserende en beïnvloedende instellingen zoals de scholen, de massamedia en de reclame. Vroeger kon men makkelijk de arbeiders van de middenklasse onderscheiden doordat de verschillen tussen die groepen onder meer gegrond waren in een verschillende tewerkstellingssituatie en een verschil in materiële condities. Nu gelden deze invloeden uiteraard nog steeds, maar in mindere mate dan vroeger. Belangrijke maatschappelijke breuklijnen groeien nu rond de verschillen die vorm krijgen in de grote socialiserende en beïnvloedende instellingen. Het zijn volgens Elchardus nu vooral het onderwijs en de mediavorkeur die onze samenleving evenzeer of zelfs meer segregeren dan de tewerkstellingssituatie dat vroeger deed. Deze twee factoren delen de bevolking op in groepen met verschillende opvattingen, smaken, levenswijzen en relatiepatronen. Zo worden door de verschillende onderwijsvormen (ASO, TSO, BSO) enerzijds en de dualisering van de massamedia (VRT vs. VTM) anderzijds verschillende segmenten gevormd in de samenleving met ieder segment zijn eigen smaakcultuur en identiteit (Elchardus & Glorieux, 2002, p. 27).

Toch is de invloed van de nieuwe modus van sociale controle geen homogeen gegeven, aldus Elchardus (2002, pp. 47-48). Complexe samenlevingen waarvan de cultuur en de sociale controle geen interne tegenstellingen kennen, zijn ondenkbaar. Individuele variatie is het effect van spanningen of conflicten binnen de cultuur. Zo kunnen de invloeden van de school en van de massamedia in onze samenleving verschillende, zelfs diametraal tegengestelde richtingen uitgaan. Zo is het bijgevolg heel aannemelijk dat er min of meer permanente en open conflicten groeien tussen de officiële cultuur die de scholen uitdragen enerzijds en de populaire cultuur die de massamedia uitgedragen anderzijds. De populaire cultuur proclameert volgens Elchardus immers niet zelden de idee dat school saai en overbodig is, een idee dat we eveneens aantreffen bij leerlingen uit het beroepsonderwijs, net die leerlingen die de populaire cultuur het meest genegen zijn (Rondas, 20.10.2003).

1.3.3. Symbolen als sturingsmechanisme

De sturing van kennis, vaardigheden, opvattingen, houdingen, smaken en emoties gebeurt via de verspreiding en productie van symbolen. Deze symbolen zijn het sturingsmechanisme bij uitstek. In onze huidige samenleving worden mensen immers continu geconfronteerd met allerlei symbolen. De hoge alfabetiserings- en onderwijsgraad van de bevolking, de grote hoeveelheid tijd die aan televisiekijken wordt besteed, het constante klankdecor van muziek- en radiouitzendingen, de aanwezigheid van reclame, enzovoort maken onze samenleving bijzonder rijk aan allerlei symbolen. Vandaar dat Elchardus (2002, p. 48) de huidige samenleving dan ook omschrijft als een 'symbolische samenleving'. Een etiket dat, aldus Elchardus, veel raker is dan de meer ingeburgerde termen 'kennismaatschappij' of 'informatie-maatschappij', waarbij te sterk de nadruk gelegd wordt op het cognitieve, informatieve aspect van symbolen en het emotionele element van het keuzeprocessus vergeten wordt.

Ook op het niveau van de tewerkstelling komt de symbolische samenleving volgens Elchardus (2002, pp. 48-49) concreet tot uiting. Heel veel mensen zijn immers beroepsmatig bezig met de productie, manipulatie en de verspreiding van betekenisdragende en emotie-opwekkende symbolen. Het aantal mensen dat tewerkgesteld is in de industriële productie neemt gestaag af. In de plaats daarvan heeft arbeid meer en meer betrekking op het verlenen van wederzijdse diensten, alsook op het opwekken van behoeften, het onderkennen en aanzwengelen van tendensen, het aanbrengen van kleine, onderscheidende statusverschillen, en het bedenken van producten en procedures. De economie is geëvolueerd van een goederen- naar een diensteneconomie waar organisatiecultuur en informatietechnologie een belangrijke rol in hebben opgeëist.

In de symbolische samenleving krijgen we toegang tot de wereld via gespecialiseerde talen en systemen van symbolen. Daarom kunnen we volgens Elchardus (2002, p. 189) spreken van een wereld van de journalist, van de jurist, van de wetenschapper, enzovoort. In de hedendaagse, symbolische samenleving bestaat de wereld slechts via verschillende, gespecialiseerde vormen van bemiddeling via symbolensystemen. Juist daarom zijn de massamedia volgens Elchardus zo belangrijk. Hun mediërende capaciteit overtreft immers die van andere maatschappelijke sectoren.

1.4. Rol en macht van de media in de symbolische samenleving

1.4.1. Mediaculturele ruimten

Als we Elchardus mogen geloven, hebben de media een enorme invloed en macht in onze huidige samenleving. Zo speelt de mediavorkeur een uitermate belangrijke rol in de opvattingen, smaken, levenswijzen en relatiepatronen van individuen. We kunnen volgens Elchardus (2002, p. 27) dan ook duidelijk een onderscheid maken tussen ‘VRT-mensen’ en ‘VTM-mensen’ en zijn zij ook duidelijk te onderscheiden naar opvattingen en smaken. Het Vlaamse, gedualiseerde medialandschap wordt met andere woorden weerspiegeld in de samenleving.

Een onderzoek dat tot dergelijke conclusies kwam is *Esthetica voor gevorderden: over smaken en mediavorkeuren* dat uitgevoerd werd door Siongers en Stevens (2002, pp. 53-84). In dit onderzoek werd getracht de mediaculturele ruimten van jongeren en volwassenen in kaart te brengen. Aan de hand van een beschrijving van de smaken van jongeren met betrekking tot muziek en media werd nagegaan of bepaalde smaakvoorkeuren meer samen voorkomen dan op basis van louter toeval kan worden verwacht. In totaal werd de respondenten gevraagd om dertig muziekgenres, negen tv-zenders, zeventien soorten tv-programma's, acht radiozenders en vijftien filmgenres te beoordelen op een tienpuntenschaal, gaande van 'heel slecht' tot 'zeer goed'. Daarnaast werd de respondenten de mogelijkheid geboden aan te duiden het muziekgenre, de mediazender, het filmgenre of het soort tv-programma niet te kennen. Ten slotte werd de respondenten eveneens gevraagd uit een lijst van elf tijdschriften of soorten tijdschriften te selecteren welk tijdschrift ze het liefst lezen.

Uit dit onderzoek kwam naar voor dat smaken van mensen, zowel jongeren als volwassenen, gevat kunnen worden in een vierdimensionale ruimte of via vier onderliggende esthetische vertogen. Een eerste esthetische dimensie betreft *de cultureel correcte dimensie*. Deze dimensie is verbonden met de programmering van de openbare televisie- en radiozenders. Het gaat hier meestal om de eerder 'ernstige' en 'informatieve' televisieprogramma's zoals journaal, duiding, politieke films, praatprogramma's, kleinnieuwsprogramma's, sociale films en cultfilms. Het ernstige en intellectuele karakter van het voorgaande komt ook tot uiting in de voorkeur van tijdschriften, zoals HUMO, Knack en natuur(wetenschappelijke)tijdschriften. Wat de

muzikale preferenties betreft, vinden de onderzoekers vooral muzikale genres als klassieke muziek, folk- en wereldmuziek, jazz/blues, rock en Vlaamse rock terug. Volgens Siongers en Stevens (2002, p. 70) scoren vooral de zogenaamde ‘meerwaardezoekers’ hoog in deze dimensie.

De *viriele dimensie* of machodimensie wordt gekenmerkt door twee aspecten. Enerzijds heeft ze betrekking op cultuurelementen die zeer populair zijn bij jongeren en die minder aanslaan bij ouders, anderzijds zijn de culturele producten sterk doordrongen van traditionele scripts die we associëren met mannelijkheid. Vooral filmgenres en televisieseries waar actie, geweld en erotiek een centrale plaats innemen, situeren zich in deze dimensie. Het zijn voornamelijk die culturele producten die men aantreft op zenders als VT4 en Kanaal 2.

Onder de *amusementsdimensie* plaatsen de onderzoekers voornamelijk de commerciële radio- en televisiezenders. Bovendien worden met deze dimensie tijdschriften zoals Joepie, lifestyletijdschriften en tv-bladen geassocieerd. Toch bevat deze dimensie ook een zender van de openbare omroep, namelijk Radio Donna. Dit heeft volgens de onderzoekers te maken met het feit dat Donna zich door zijn ‘fun en hits’ uitdrukkelijk als de ‘pretzender’ profileert. Bij deze dimensie ligt de nadruk dan ook op plezier. Plezier en vertier zoals die te vinden zijn in koppelprogramma’s, quiz- en showprogramma’s, buitenlandse soaps, series van eigen bodem, comedy’s, hitparademuziek, house en ‘Tien om te zien-muziek’. De primaire functie van dergelijke programma’s of muziekgenres is ontspanning en amusement.

Tot de *alternatieve dimensie* ten slotte, behoren voornamelijk muziekstijlen. Vooral de verschillende soorten gitaarrockgenres scoren hoog, maar ook onder andere sixties- en seventiesmuziek, klassieke muziek, reggae, jazz/blues, filmmuziek, folk- en wereldmuziek en etnische muziek worden gesmaakt. Deze muziekgenres worden vooral geassocieerd met de radiozender Studio Brussel. Toch wordt deze dimensie niet enkel bepaald door muziekstijlen. Ook de zogezegd iets moeilijkere films zoals psychologische films, cultfilms, sociale en politieke films komen in deze dimensie ruim aan bod. Volgens de onderzoekers vindt men deze films vooral terug op Canvas. Deze dimensie krijgt de naam ‘alternatief’ mee omdat het een vorm is van het zoeken naar authenticiteit en het kritisch benaderen van cultuurproducten.

1.4.2. Een dramademocratie

De media hebben volgens Elchardus (2002, p. 191) zo'n grote impact dat ze van de symbolische samenleving een dramademocratie gemaakt hebben. Het is dankzij de symbolische samenleving, die zich op een breed toegankelijke, door velen dagelijks beleefde wijze kan voorstellen, dat een dramademocratie is kunnen ontstaan. De voorstellingen in de symbolische samenleving worden volgens Elchardus de politieke werkelijkheid. Dit heeft als gevolg dat de politieke vertegenwoordigers buitenspel worden gezet. De voorstellingen of beelden van de media, waarlangs de maatschappij zich voorstelt, vervangen met andere woorden de vertegenwoordigende democratie:

Spectaculaire beelden van drie figuren in een rubberbootje, dobberend op een immense zee, stellen onze strijd voor het behoud van de walvissen voor. Met welk recht zou een grijze figuur, geïnterviewd in een avondse wandelgang, beweren dat hij ons ook die strijd vertegenwoordigt? (Elchardus, 2002, p. 101).

De dramademocratie is dus een politiek systeem waarin grote macht uitgaat van een door de media gedragen voorstelling en waar legitimiteit ontleend wordt aan de wijze waarop personen, groepen en organisaties in die mediavoorstelling verschijnen.

In de dramademocratie wordt de macht van een politicus volgens Elchardus (2000, p. 192) dus afhankelijk van de rol die hij in de voorstelling van de samenleving weet te bemachtigen of krijgt toegewezen. Politici acteren bijgevolg met behulp van de regels van de dramaturgie, vaak geholpen door één of meerdere spin doctors. De voorstelling, of acteerprestatie, kunnen een politicus naar voren schuiven of wegdringen, hem geliefd of hatelijk maken. De dramaturgie van de voorstelling wordt volgens Elchardus (2000, p. 193) overigens niet enkel door politici gebruikt. Ook sociale bewegingen, ngo's en politieke partijen maken er ten volle gebruik van.

Elchardus' stellingen kunnen we situeren binnen een theorie die bekend staat als *framing*. Framing is een theorie van hoe de media het publiek voorzien van bepaalde kaders of schema's om bepaalde gebeurtenissen te interpreteren. Framing is een verdere specificatie van de agendasetting theorie en heeft in essentie te maken met het selecteren van bepaalde aspecten van een geobserveerde werkelijkheid en deze meer doen opvallen in een tekst, op een zodanige manier dat een bepaalde probleemdefinitie, een oorzakelijke interpretatie, morele evaluatie en/of een behandeling reeds wordt

gepromoot (Entman, 1993, p. 52). De theorie gaat er van uit dat het kader of het frame bepaalt wat mensen opmerken en hoe zij een bepaald probleem begrijpen en onthouden, evenals de manier waarop ze het evalueren en erop reageren. Frames schenken bijgevolg aandacht aan bepaalde aspecten van de realiteit, terwijl andere verborgen worden gehouden of nauwelijks aan bod komen. Hierdoor worden politici gedwongen om met elkaar en met journalisten te wedijveren wat betreft de nieuwsframes. Framing speelt op die manier een belangrijke rol in het uitoefenen van de macht en een nieuwsframe is als het ware een voorstelling van die macht (Entman, 1993, p. 55).

1.5. Relatie tussen het middenveld en de massamedia.

1.5.1. Het belang van het middenveld

De term middenveld is een uit het voetbal geboren metafoor voor wat in het Engels *civil society* wordt genoemd. *Civil society* verwijst naar een geheel van relatievormen die niet alleen een mate van onafhankelijkheid garanderen ten opzichte van de overheid en de familie, maar ook ten opzichte van de markt, en die, los van de invloed van die drie instellingen, mensen integreren in een gemeenschap die een open, democratische cultuur kan steunen (Elchardus, Huysse & Hooghe, 2000, pp. 123-124).

Het middenveld is volgens Elchardus e.a. (2000, pp. 113-116) belangrijk omdat een verschraving ervan de kans op een democratische samenleving van betrokken burgers verkleint. Wie actief participeert, heeft een meer vertrouwend mensbeeld, is verdraagzamer, minder etnocentrisch, heeft minder uitgesproken antipolitieke houdingen, verleent meer steun aan de vertegenwoordigingsdemocratie, voelt zich politiek ook veel minder machteloos en draagt bij tot democratisch burgerschap, buurtbetrokkenheid en cultuurparticipatie. Middenveldparticipatie levert daarenboven een belangrijke bijdrage tot het vertrouwen in de instellingen, vergroot het gevoel van veiligheid en maakt het toekomstbeeld positiever.

Wie niet actief participeert heeft daarentegen een grotere kans zwak betrokken te zijn bij de samenleving, de buurt of het culturele gebeuren en ontwikkelt houdingen die wijzen op een zwakke mate van democratische inburgering. Een daling van de participatie aan het verenigingsleven zou de kans op onverdraagzaamheid en antipolitiek zeer waarschijnlijk vergroten.

Wat Elchardus e.a. (2000) hier stellen is nauw verbonden met wat Putnam 'sociaal kapitaal' noemt. Sociaal kapitaal verwijst naar de bereidheid tot samenwerking, de aanwezigheid van vertrouwen in medeburgers, het hanteren van normen van wederkerigheid en het bestaan van netwerken binnen een samenleving. Deze drie kernelementen (vertrouwen, wederkerigheid, netwerken) laten een bevolking toe het probleem van collectieve actie te overwinnen. De inhoud en doelstellingen van die collectieve actie blijven open en kunnen op meerdere manieren ingevuld worden. Ze vormen de mogelijkhedenvoorwaarden voor de samenwerking, en zijn niet bepalend voor het doel van die samenwerking.

In samenlevingen die rijk zijn aan sociaal kapitaal zullen volgens Putnam de politieke instellingen beter functioneren. Dit komt omdat verenigingen, de basisleveranciers van sociaal kapitaal, een onvervangbare democratische rol vervullen. Daarenboven zou ook de economische ontwikkeling voorspoediger verlopen in samenlevingen waar de sociale integratie ver gevorderd is.

In *Making Democracy Work* (1993) zet Putnam deze stellingen kracht bij met een onderzoek dat zich toespitst op Italiaanse regio's die vanaf 1970 meer autonomie kregen. Volgens Putnam is het opvallend hoe sommige van die regionale overheden het relatief goed doen, terwijl andere regeringen ten onder gaan aan inefficiëntie, cliëntelisme en apathie. Het waren juist de regio's met minder sociaal kapitaal die het meest problematisch waren. In tegenstelling tot het noorden bestaan er in het zuiden te weinig sociale verbanden en netwerken die normen van wederkerigheid en een veralgemeend vertrouwen genereren. Om die reden verloopt de ontwikkeling in Italië ongelijk. Putnams bevindingen in Italië zijn analoog aan wat de Franse edelman de Toqueville al eerder poneerde: in regio's met een rijk verenigingsleven en dicht vertakte netwerken doen de regionale regeringen het goed. De regio's waar veel minder verenigingen actief zijn, doen het daarentegen slecht.

Dankzij sociaal kapitaal, wat onder meer de aanwezigheid van een algemeen vertrouwen in de medeburgers inhoudt, slagen bewoners er in tot samenwerkingsverbanden te komen en bijgevolg hun individuele machteloosheid te overwinnen.

1.5.2. Invloed van televisie op middenveldparticipatie

In *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community* proclameert Putnam (2000) dat de televisie verantwoordelijk is voor de graduele erosie van het sociaal kapitaal in de Amerikaanse samenleving. Meer televisie kijken betekent meer individualisering en minder tijd voor maatschappelijk engagement en sociale betrokkenheid. De participatie in het verenigingsleven of -met Elchardus' woorden- middenveld daalt dus, niet zozeer omdat mensen zich terugtrekken in het eigen kleine wereldje van familie en vrienden door de toenemende individualisering, maar wel omdat mensen zich terugtrekken voor hun televisietoestel. Mensen zouden zoveel uren spenderen voor de beeldbuis dat er eenvoudigweg geen tijd meer over is voor interpersoonlijke contacten. Putnam gaat er bovendien van uit dat televisie een

rechtstreeks effect heeft op de attitudes van de kijkers, met als gevolg dat ze minder geneigd zijn zich nog voor gemeenschappelijke doelstellingen in te zetten (Shah, 1998). De crisis van het verenigingsleven is met andere woorden een 'videomalaise'.

Putnam gaat dus in de eerste plaats uit van een tijdverdringingseffect. Het bestaan van een correlatie tussen televisie kijken en maatschappelijk engagement wil echter niet zeggen dat er een causale relatie bestaat. Een alternatieve verklaring kan zijn dat het juist sociaal geïsoleerde mensen zijn die aangetrokken worden tot het medium televisie. Toch zijn er volgens Putnam (2000, p. 35) een aantal factoren die in de richting van een causaal verband wijzen. Zo begon de 'epidemie' van het maatschappelijk disengagement iets minder dan een decennium nadat de televisie bij de mensen ingeburgerd raakte. Daarenboven vertonen juist de mensen die in hun jeugd veel blootgesteld werden aan televisie later minder sociaal geëngageerd gedrag.

Een frappant bewijs voor het bestaan van een causale relatie komt volgens Putnam (2000, pp. 235-236) van een longitudinaal experiment uitgevoerd in drie dorpen in het noorden van Canada in de jaren '70. De drie dorpen of gemeenschappen waren perfect vergelijkbaar. Het enige waar ze in verschilden was hun geografische ligging en het feit dat bij de aanvang van het experiment in één dorp de ontvangst van televisiesignalen onmogelijk was door de ligging in een vallei. De andere twee dorpen konden respectievelijk één en vier zenders ontvangen.

De resultaten van dit experiment, dat uitgevoerd werd vóór de algemene verspreiding van videotostreamen en satellietshotels, toonden aan dat de introductie van televisie in de televisieloze gemeenschap leidde tot een sterke afname van de deelname aan gemeenschapsactiviteiten. Voor de introductie van de televisie hadden de inwoners van de televisieloze gemeenschap een rijker verenigingsleven en veel meer gemeenschapsactiviteiten dan de inwoners van de twee andere gemeenschappen, die niet van elkaar verschilden. Hierbij viel het overigens op dat niet alleen de televisie een effect had op de mensen die passief bij het verenigingsleven betrokken waren, maar ook bij hen die actief betrokken waren.

Over de stelling dat televisie aan de basis ligt van de erosie van sociaal kapitaal is een geanimeerd debat ontstaan tussen enerzijds de navolgers van Robert Putnam die de negatieve effecten van veel televisie kijken benadrukken en anderzijds zij die deze stelling nuanceren. In Vlaanderen speelt Marc Hooghe een voorname rol in dit debat.

Met zijn onderzoek naar het verband tussen televisiekijken en politieke apathie verfijnde Hooghe de conclusies van Putnam.

Eerst en vooral vindt Hooghe (2002, p. 87) geen bewijs voor het tijdverdringingseffect omdat er een belangrijk onderscheid bestaat tussen diegenen die helemaal geen televisie kijken en zij die op zijn minst enkele programma's kijken. Als we Putnams stelling moeten geloven zouden diegenen die geen televisie kijken sterk maatschappelijk betrokken zijn. Hooghe's analyse toont echter aan dat wat hij 'overworked citizens' noemt, noch tijd hebben voor televisie kijken, noch tijd hebben om aan het verenigingsleven deel te nemen.

Hoewel er geen bewijs bestaat voor een tijdverdringingseffect op microniveau, mogen we volgens Hooghe (2002, p. 89) een tijdverdringingseffect op macroniveau niet uitsluiten. De vaststelling dat er geen verband gevonden werd tussen televisie kijken en participatie aan het verenigingsleven, zou immers veroorzaakt worden doordat verenigingen 's avonds niet langer activiteiten opzetten omwille van het feit dat mensen hun favoriete televisieprogramma's verkiezen en bijgevolg niet langer komen opdagen. Het eindresultaat van dit proces zou dan zijn dat het hele dorp 's avonds thuis blijft, omdat niemand nog enige moeite doet om activiteiten op te zetten.

Om het effect van veelvuldig televisie kijken te onderzoeken, volstaat het volgens Hooghe (2002, p. 91) overigens niet te kijken naar het aantal uur dat men televisie kijkt. Het is evenzeer belangrijk te weten naar welk soort programma's mensen kijken. Zo blijkt uit Hooghe's analyse dat er een verband bestaat tussen veelvuldig televisie kijken en een antidemocratische houding als men naar gemakkelijke ontspanningsprogramma's zoals soaps, quizprogramma's of sitcoms kijkt. Het kijken naar misdaadseries, nieuws- en actualiteitenprogramma's is daarentegen eerder bevorderlijk voor civieke attitudes. Dit laatste effect werd eerder al aangetoond door Norris (1996). Ook hij benadrukte de positieve effecten van het kijken naar nieuws- en actualiteitenprogramma's. Volgens Norris zijn diegenen die aangeven regelmatig naar nieuwsuitzendingen en actualiteitenprogramma's te kijken sterker geïnteresseerd in politiek en bijgevolg ook meer betrokken in de samenleving.

Volgens Hooghe (2002, p. 98) is het niet omdat mensen geweld zien in tv-drama's of nieuwsprogramma's dat ze zich ook echt onveilig voelen in hun dagelijkse leven. Gegeven het feit dat het kijken naar soapprogramma's een vorm van tijdverdrijf is, kan Hooghe enkel maar besluiten dat mensen met een voorkeur voor soaps zoveel tijd in hun huiskamer doorbrengen dat ze de vertrouwensband met wat omgaat in de straten van hun

buurt verliezen. Het omgekeerde is echter ook mogelijk: omdat mensen bang zijn voor criminaliteit in hun buurt verkiezen ze liever thuis te blijven en televisie te kijken. Hooghe's analyse vindt bijgevolg geen steun voor de 'mean world syndrome'-theorie. Deze cultivatietheorie suggereert dat het kijken naar televisie aan de basis ligt van gevoelens van wantrouwen, onveiligheid en angst. Volgens Gerbner (1986) is een overvloedige stroom van informatie en beelden met geweld en misdaad hiervan de oorzaak. Doordat mensen zich meer bedreigd en onveilig gaan voelen, wordt bovendien ook hun eventuele geneigdheid om deel te nemen aan het maatschappelijk leven ondermijnd (Uslaner, 1998).

De analyse van Hooghe (2002) suggereert daarenboven dat het net de VTM-kijkers zijn die een antidemocratische houding versterkt ontwikkelen. Niet alleen het soort programma waarnaar men kijkt is dus bepalend voor een antidemocratische houding, maar ook de zender waarop men afstemt. Doordat het juist de commerciële televisiezenders zijn die gemakkelijke ontspanning en simpele formules aanbieden, draagt het kijken naar deze zenders volgens Hooghe (2002, p. 101) bij aan het cultiveren van politiek cynisme, onveiligheid en isolement. Het kijken naar commercieel televisienieuws leid volgens Hooghe dan weer niet tot meer antidemocratische reflexen (Eeckhout, 30.04.2002, p. 3).

Min of meer analoge conclusies vinden we terug in het middenveldonderzoek van Elchardus, Huyse en Hooghe (2000). Ook hier blijkt een voorkeur voor VTM, of commerciële zenders in het algemeen, samen te hangen met een zwakker democratisch burgerschap en een lagere graad van cultuurparticipatie (Elchardus e.a., 2000, p. 133).

Volgens de auteurs zou men geneigd zijn het effect van de zendervoorkeur te wijten aan verschillen in programmering tussen commerciële en publieke zenders. Toch mag men volgens Elchardus e.a. (2000) niet vergeten dat zendervoorkeur vaak de uitdrukking vormt van het lidmaatschap van een bepaalde subcultuur. In die zin besluiten mensen tot een bepaalde zendervoorkeur op basis van hun culturele en sociale zelfdefinitie, en worden opvattingen en smaken die tot die zelfdefinitie leiden, verder versterkt door contact met de door de zenders aangeboden programma's en stijl.

Ook Hooghe ontgaat dit fenomeen niet. Televisiezenders doen er volgens Hooghe (2002, p. 100) alles aan om de band met hun publiek te versterken, onder meer via speciaal ontwikkelde magazines, stickers voor op de achterraut van de wagen, speciale

web sites, chatrooms en zelfs door het openen van cafés die volledig in het teken staan van een bepaald programma of bepaalde zender.

1.6. De symbolische samenleving in vraag gesteld

Op voorgaande uiteenzetting over de symbolische samenleving kunnen we repliceren met enkele kritische bedenkingen. Eerst een vooral kunnen we ons vragen stellen bij de idee van een symbolische samenleving waar onder meer de media een enorme macht hebben en op een subtiele wijze de keuzevrijheid van het individu beperken. De samenleving wordt volgens Elchardus immers gepolariseerd door enerzijds VRT-mensen die er een cultureel correcte levenshouding op nahouden en anderzijds VTM-mensen die meer amusementsgericht zouden zijn en de populaire media verkiezen. De macht van de media schuilt dus in de zendervoorkeur die verantwoordelijk is voor de vorming van clusters van smaken, levenshoudingen en opvattingen.

Kritieken op dit uitgangspunt werden onder meer neergeschreven in *Manifest van een cultuurpopulist* (2003) van De Meyer. Volgens De Meyer is er absoluut geen sprake van een gestabiliseerde culturele breuklijn tussen diegenen die naar VTM kijken en zij die afstemmen op de VRT. Dat men tot de conclusie van het bestaan van een gestabiliseerde culturele breuklijn tussen VRT-kijkers en VTM-kijkers is kunnen komen - in onder meer het onderzoek van Siongers en Stevens (2002) - heeft volgens De Meyer (2003, p. 31) vooral te maken met de gebruikte sociologische methode. In dit onderzoek moesten onder andere tv-programma's, radiozenders, muzieksoorten, magazines enzovoort beoordeeld worden op een tienpuntschaal gaande van zeer goed tot heel slecht. Bij een dergelijke methode valt het volgens De Meyer inderdaad te verwachten dat heel wat respondenten een sociaal wenselijk of cultureel correct antwoord geven, met een vertekend beeld tot gevolg:

Wie zijn oordeel op de genoemde tienpuntschaal moet geven doet dat vanuit een idee dat hij heeft over TV1, Canvas, VTM, Kanaaltwee,... Hij hoeft de programma's niet eens te kennen, niet eens te weten wat er precies geprogrammeerd wordt, laat staan dat hij er naar gekeken heeft. (De Meyer, 2003, p. 30).

Wat men volgens De Meyer moet meten is het werkelijke, concrete kijkgedrag en niet de sociaal en cultureel gedeelde opvattingen over het beeld dat mensen hebben over tv-zenders, muziekgenres of televisieprogramma's. Er is in het geval van de televisie immers nog altijd de afstandsbediening die ervoor zorgt dat er op frequente momenten gezapt kan worden van de ene zender naar de andere. Door naar de zendervoorkeur te vragen, weet

men niet echt iets over het concrete kijkgedrag van de homo zappens, dat wel eens danig kan verschillen. Waar men wel iets over weet, is de identiteit die men zichzelf wil aanmeten.

Eenzelfde gedachtegang vinden we ook terug bij communicatiedeskundige Slangen. Volgens Slangen speelt de televisiezender inderdaad een belangrijke rol in de identiteit van mensen, eerder dan in het kijkgedrag, want er zijn heel wat mensen die zowel naar VRT als VTM kijken en vice versa. De vraag die men zich echter moet stellen is: 'waarmee identificeert men zich?' Canvas is wat dat betreft volgens Slangen een heel interessant voorbeeld. Heel veel mensen die bijvoorbeeld veel meer uren besteden aan TV1 dan aan Canvas, zullen wanneer er gevraagd wordt naar welke zender ze kijken, zeggen dat ze een Canvaskijker zijn omdat Canvas nu eenmaal een belangrijk element is in de identiteit van vele mensen (Maes, 9/12/2002).

Volgens Slangen moeten we de macht van de media in het algemeen sterk relativeren. Het is volgens Slangen inderdaad zo dat de media een stuk van de traditionele richtlijnen hebben overgenomen en bijgevolg een belangrijke invloed hebben op het dagelijkse leven. Anderzijds is ook het omgekeerde waar: mensen sturen evenzeer de media omdat er een zeker marktdenken bestaat waardoor de media eigenlijk proberen te voelen wat er bij de mensen leeft en daar een weerspiegeling proberen van te zijn. In dat opzicht kunnen we het ook hebben over de onmacht van de media, want de onmacht is dat de media min of meer halsstarrig op zoek gaan naar wat de mensen effectief willen (Maes, 9/12/2002).

De Meyer suggereert in zijn manifest het bestaan van een zapcultuur waarbij de geïndividualiseerde kijker zijn eigen televisieavond samenstelt. Om het met Becks terminologie te stellen: het vrijgemaakte individu dat in het bezit is van een afstandsbediening is het centrum van alle handelen en al onderhandelend met eventuele andere gezinsleden het planbureau van zijn televisieavond, nu eens kijkend naar een soap op de openbare omroep, dan weer zappend naar een politiek debat op de commerciële zender. De Meyer (2003, p. 28) illustreert dit onder andere door te verwijzen naar de kijkcijfers. Als iedereen naar zijn eigen zender zou kijken zouden er geen verschillen zijn in de kijkcijfers, waar nu eens een VRT-programma en dan weer een VTM-programma meedingt naar de titel van meest bekeken programma.

Het bestaan van een zapcultuur wordt daarenboven nog vergemakkelijkt door de vervaging van de inhoudelijke verschillen tussen de openbare en de commerciële

zenders. De openbare omroep heeft volgens De Meyer immers showprogramma's, (docu)soaps, actualiteitenprogramma's, amusementsseries enzovoort die evenzeer op de commerciële zenders aan bod zouden kunnen komen en omgekeerd. Ook wat de nieuwsuitzendingen op TV1 en VTM betreffen kan men alleen maar constateren dat beiden naar elkaar toegegroeid zijn in hun aanpak. Volgens De Meyer (2003, p. 33) is het zelfs zo dat in VTM-programma's vaak meer leven zit, meer engagement, meer empowerment, meer actuele thematiek dan in veel VRT-programma's. Men kan hieruit besluiten dat wat Elchardus 'VRT-mensen' en 'VTM-mensen' noemt, slechts gefingeerde constructies zijn, aldus De Meyer.

Betreffende de dualisering van de samenleving in clusters van smaken, levenshoudingen en opvattingen op basis van bepaalde mediavorkeuren (VTM vs. VRT) verwijzen we ook even naar de term 'omnivorisering'. Deze term ontstond aan het begin van de jaren negentig toen Richard Peterson (1993) het verband tussen statushiërarchie en culturele keuzepatronen wilde testen. Uit Petersons onderzoek bleek dat leden uit de hoogste statusgroepen niet enkel gericht waren op hoogculturele muziekvormen, maar eveneens op meer populaire. Deze resultaten zijn analoog aan de stellingen van Rudi Laermans over omnivoor graasgedrag. Volgens Laermans (2002, p. 96) heeft de individualiserings-tendens (cfr. supra) ervoor gezorgd dat de geïndividualiseerde 'zelfontwikkelaars' voortdurend op zoek zijn naar nieuwe ervaringen. Bij dit zoeken gedraagt men zich als gepatenteerde zappers, steeds op zoek naar nieuwe mogelijkheden tot zelfontplooiing:

Er zijn keuzemogelijkheden te over op de talrijke deelmarkten van standingvol vermaak of populair vertier, dus waarom zouden ze zich vastpinnen? Waarom zouden ze kiezen voor één enkel kunstgenre of één vaste vakantiebestemming? (Laermans, 2002, p. 96)

In de gangbare sociologische visie participeren de beter opgeleiden en welgestelde burgers volgens Laermans (2002, p. 97) deels om statusredenen aan het kunstaanbod. Op die manier deelt men in een aura van goede smaak en incasseert men een sociaal distinctieprofiel. Dit beeld is echter aan revisie toe, aldus Laermans. Steeds meer jongere hogeschoolden maakten de overgang van snob naar omnivoor. Ze noemen het bijgevolg niet meer aan hun status verplicht om veel in kunst te liefhebben. Er wordt geen scherpe grens meer getrokken tussen elitaire en populaire cultuuruitingen. Empirisch komt dit het best tot uiting in de sfeer van de muziek, waar probleemloos

verschillende populaire subgenres gecombineerd worden met stukjes jazz of klassieke muziek. Ook volgens Vander Stichele (2002) doet er zich in Vlaanderen een trend tot omnivorisering voor. Toch gaat het volgens Vander Stichele niet om een duidelijk afgelijnde groep van omnivoren die zich onderscheidt van anderen. Als er al een 'pure' omnivore groep bestaat in Vlaanderen, bestaat hij vooral uit hoopgeleide mensen jonger dan 45 (Vander Stichele, 2002, p. 18).

Het bestaan van clusters van smaken, zoals Elchardus poneert, gaat volgens de omnivoriseringshypothese dus niet op. Het cultureel-correcte en het amusement gaan met andere woorden hand in hand bij de groep van de omnivoren. Als we de lijn doortrekken naar televisie, zouden de geïndividualiseerde 'zelfontwikkelaars' zich niet vastpinnen aan één enkele televisiezender, maar zouden ze de zogezegde gemakkelijke ontspanning op VTM gerust kunnen combineren met moeilijkere, diepgaande programma's op Canvas.

Een tweede punt van kritiek heeft betrekking op de relatie die er bestaat tussen het middenveld en de massamedia. Televisiekijken, en meer specifiek het kijken naar gemakkelijke ontspanning en simpele formules op commerciële zenders, zou volgens de analyse van Hooghe (2002) mensen weghouden uit het verenigingsleven of middenveld en een antidemocratische houding versterkt ontwikkelen (cfr. supra). Kritieken hieromtrent komen ook van De Meyer (2003).

Volgens De Meyer mag men het deelnemen aan sociale activiteiten niet zonder meer gelijkstellen aan het lidmaatschap van wat Hooghe (2002) 'voluntary associations' noemt:

Het is echter niet omdat het formele, verzuilde gemeenschapsleven achteruitgaat dat de gewone mensen minder buitenkomen of dat de meer 'informele sociale netwerken' uiteenrafelen. Al was het, bijvoorbeeld, maar om samen rondjes op de fiets te maken, of heerlijk te gaan shoppen, of gewoon te kletsen op café. (De Meyer, 2003, p. 16)

Het is dus evenzeer van belang verder te durven kijken dan verzuilde verenigingen en thematisch of gespecialiseerde organisaties als Greenpeace of Amnesty International waar de voorgeprogrammeerde 'lessen in democratie' slechts eenzijdig zelfbevestigend zijn, aldus De Meyer. De ontzuring van de maatschappij zal daarentegen eerder plaatsvinden in de bestaande, alledaagse activiteiten van gewone mensen, in het niet-

officiële, niet georganiseerde middenveld. Niet de formele, door de overheid gefinancierde netwerken, maar wel informele organisaties of netwerken zoals clubjes van vrienden en wielertoeristen, wijkcomités, chatrooms en discussiefora op het internet, deelnemers aan allerhande cursussen, zelfhulpgroepen enzovoort. Het zijn in dergelijke netwerken dat mensen zich nog steeds verenigen, niet meer, of minder in het verzuilde, door de overheid gefinancierde verenigingsleven.

Niet alleen de analyse van Hooghe (2002) maakt zich schuldig aan bediscussieerbare sociologische methoden. Ook het middenveldonderzoek van Elchardus e.a. (2000) bevat volgens De Meyer (2003, p. 24) gelijkaardige methodologische hiaten. Ten eerste zijn ook hier, naast de ruim omvattende term 'hobbyclub', slechts de formele verenigingen zoals vakbonden, ziekenfonds, milieuvereniging en derdewereldbewegingen in het onderzoek opgenomen en werd enkel de voorkeur voor openbare of commerciële zenders bevraagd in plaats van de precieze kijktijd voor precieze programma's. Tevens werd de grens voor veel of weinig tv-kijken arbitrair vastgelegd op meer of minder dan drie uur tv-kijken. Zo zal diegene die net iets meer dan 3 uur televisie kijkt als een zware kijker beschouwd worden, wie net geen 3 uur kijkt, is een lichte kijker.

Daarnaast verwijst De Meyer (2003, p. 25) naar het gebruik van diverse soorten schalen in de vorm van al-of-niet-akkoord-uitspraken die gerelateerd worden aan het soort tv-zender. Deze schalen, bijvoorbeeld over antipolitieke houding of gevoelens van onveiligheid, bevatten vaak dubbelzinnige uitspraken waarop geen redelijke instemming of afkeuring te geven is. Het is door het gebruik van dit soort onderzoeksvragen dat men volgens De Meyer de complexe maatschappelijke realiteit reduceert en komt tot eerder besproken conclusies.

Het kijken naar (commerciële) televisie zou het middenveld afbreken of eroderen en de samenleving segregeren (cfr. supra). De Meyer (2003, p. 18) stelt zich echter de vraag of televisie zelf ook niet meewerkt aan de constructie van een gezond wij-Vlamingengevoel en een eigen Vlaamse 'identiteit' via onder meer ontspanningsprogramma's als soaps. Eenzelfde gedachtegang lezen we in *De Morgen* (31.10.2003) over dan wel een VRT-soap, namelijk 'Thuis'. De soapserie 'Thuis' zou volgens de auteur heel subtiel en haast ongemerkt werken aan de maatschappelijke integratie, niet alleen van allochtonen, maar ook van een andere en haast vergeten minderheidsgroep: de kansarmen. Dit doet ze door de verschillende sociale groepen in de samenleving op een positieve manier met mekaar in contact te brengen. Door in het scenario wederzijds begrip en solidariteit

tussen autochtonen en allochtonen, kansarmen en kansrijken te bevorderen, probeert deze soap -wat toch een vorm van gemakkelijke ontspanning is- 'het uitgerafelde sociale weefsel dat bestaat in de ogen van Elchardus weer aan elkaar te breien'.

1.7. Besluit

In de recente sociologie heeft de individualiseringstheorie een voorname plaats ingenomen. In het eerste hoofdstuk namen we deze theorie als uitgangspunt om te komen tot een duidelijke omschrijving van het begrip 'symbolische samenleving'. Individualisering staat voor een detraditionalisering van het alledaagse leven enerzijds en de mogelijkheden waarover het individu beschikt om zijn levensloop te ontwikkelen anderzijds. Hierdoor wordt de levensloop van een individu losgemaakt (*freisetzung*) en wordt hij het planbureau van zijn eigen handelen (Beck). Deze evolutie heeft kunnen plaatsvinden door een sterke stijging van het onderwijspeil en het gezinsinkomen en enkele cruciale veranderingen in de werelden van arbeid en gezin. De evolutie naar individualisering heeft echter een keerzijde. Zo verschuift de verantwoordelijkheid nu naar het beslissende individu. Individuen ervaren een dwang om zelfstandig keuzes te maken en op zoek te gaan naar oplossingen. Ook verdwijnt de basis van waaruit mensen hun identiteit bepalen en ontstaan er nieuwe vormen van sociale ongelijkheid. Een andere ontwikkeling die niet los gezien kan worden van de trend naar individualisering is de overgang van een bevel- naar een onderhandelingshuishouding.

In een symbolische samenleving is volgens Elchardus deze individualisering een illusie. Individuele keuzes worden met andere woorden nog heel sterk door collectieve identiteiten beïnvloed. Nieuwe controlerende instellingen hebben de rol van de traditionele instellingen overgenomen. Elchardus spreekt in deze zin van een nieuwe modus van sociale controle. Door de onderwijsexpansie en de verspreiding van de massacommunicatie gaat de controlerende invloed uit van de socialiserende en beïnvloedende instellingen zoals scholen, massamedia en reclame. Door verschillende onderwijsvormen en een dualisering van de massamedia worden verschillende segmenten gevormd met ieder zijn eigen smaakcultuur en identiteit. Doordat de huidige samenleving bijzonder rijk is aan symbolen, en deze symbolen het sturingsmechanisme bij uitstek zijn, spreekt Elchardus van een symbolische samenleving.

In de symbolische samenleving hebben de media een enorme invloed en macht. Ten eerste liggen ze aan de basis van de vorming van mediaculturele ruimten. Op basis van hun mediavorkeur zijn mensen duidelijk te onderscheiden naar opvattingen en smaken. Aan de hand van een beschrijving van de smaken van muziek en media konden Siongers en Stevens vier culturele ruimten of dimensies onderscheiden: de cultureel correcte dimensie, de viriele dimensie, de amusementsdimensie en de alternatieve dimensie. Een

tweede gevolg van de macht van de media is volgens Elchardus de evolutie naar een dramademocratie. De dramademocratie is een politiek systeem waarin grote macht uitgaat van een door de media gedragen voorstelling en waar legitimiteit ontleend wordt aan de wijze waarop personen, groepen en organisaties in die mediavoorstelling verschijnen.

In de symbolische samenleving bestaat er eveneens een bijzondere relatie tussen het middenveld en de massamedia. Het middenveld is nauw verbonden met het begrip 'sociaal kapitaal' van Putnam en is belangrijk omdat een verschraving ervan de kans op een democratische samenleving van betrokken burgers verkleint. In samenlevingen die rijk zijn aan sociaal kapitaal, zullen de politieke instellingen beter functioneren en zou de economische ontwikkeling voorspoediger verlopen. Volgens Putnam is televisie verantwoordelijk voor de graduele erosie van sociaal kapitaal. Putnam gaat uit van een tijdverdringingseffect, een effect waar Hooghe in Vlaanderen daarentegen geen bewijs voor vindt. Volgens Hooghe is niet het aantal uur dat men kijkt, maar wel de zender en het soort programma van belang. Zo blijkt een voorkeur voor VTM en gemakkelijke ontspanning nauw samen te hangen met een zwakker democratisch burgerschap en gevoelens van onveiligheid.

In de laatste paragraaf werd aan de hand van kritieken op onderzoeken van Elchardus en Hooghe de idee van een symbolische samenleving bestaande uit clusters van smaken en opvattingen, de mediaculturele ruimten, in vraag gesteld. Een veel geciteerde bron was het manifest van De Meyer. Ten eerste is er volgens De Meyer een verschil tussen de zendervoorkeur en het concrete kijkgedrag. Dit heeft als gevolg dat ook het bestaan van de mediaculturele ruimten en de gestuurde vrije keuze door de Meyer in vraag worden gesteld. Volgens hem is er eerder sprake van een zapcultuur waarbij het individu zijn eigen smakenpallet samenstelt, een gedachtegang die we ook terugvonden bij Laermans onder de term 'omnivoor graasgedrag'.

Een tweede punt van kritiek had betrekking op de relatie tussen middenveld en massamedia. Volgens De Meyer vindt de ontzuring van de maatschappij niet enkel plaats in de formele netwerken, maar ook in het niet-officiële, niet-georganiseerde middenveld en maken onderzoeken van Hooghe en Elchardus zich bijgevolg schuldig aan bediscussieerbare sociologische methoden. Ook de conclusie dat het kijken naar (commerciële) televisie een antidemocratische houding versterkt, is volgens De Meyer geënt op een verkeerde methodologische aanpak.

2. Methodologie

2.1. Inleiding

In het tweede hoofdstuk van deze eindverhandeling wordt de onderzoeksmethode van het eigen onderzoek behandeld. Eerst en vooral worden de onderzoeksvragen geformuleerd die voortkomen uit voorgaand theoretisch kader. Vervolgens leggen we in het onderzoeksontwerp uit hoe we te werk zijn gegaan. Hierbij wordt het type onderzoek, de theoretische en operationele populatie en de selectie van onderzoekseenheden beschreven. Verder worden ook de waarnemingsmethode, de analyse-instrumenten behandeld en leggen we de operationalisering van de verschillende concepten uit. In een laatste punt, ten slotte, bekijken we hoe de gegevensanalyse in zijn werk is gegaan.

2.2. Onderzoeksvragen

Op basis van de uiteenzetting over de symbolische samenleving en het belang van de media en het middenveld in deze samenleving, komen we tot een algemene onderzoeksvraag. Een onderzoeksvraag is een kort samengevat statement van wat men hoopt geleerd te hebben na afloop van het onderzoek. De onderzoeksvraag die centraal staat in ons onderzoek, luidt als volgt:

‘Welke rol spelen de media in de vorming van clusters van smaken en opvattingen?’

Het is dus onze bedoeling om na te gaan welke invloed of rol de media hebben in de vorming van clusters of groepen van smaken en opvattingen. Deze algemene vraagstelling kan uiteraard uiteengelegd worden in diverse deelvragen. Deze deelvragen zijn gebaseerd op een grondige uiteenrafeling van de concepten die in de algemene onderzoeksvraag vermeld worden en zijn gebaseerd op de kritieken geformuleerd in het eerste hoofdstuk (cfr. supra). We kunnen volgende deelvragen onderscheiden:

1. Bestaan er verschillen tussen de verschillende muziek- mediavorkeuren (televisie, radio, magazines) en het concrete, exacte muziek- en mediagebruik en kunnen we hierin bepaalde smakenpatronen onderscheiden?
2. In welke mate hebben mediavorkeur en mediagebruik een invloed op de participatie aan het formele en/of het informele verenigingsleven ?
3. Welke verbanden vinden we tussen de participatie aan het formele en/of het informele verenigingsleven, een antipolitieke houding en gevoelens van onveiligheid ?
4. Welke verbanden vinden we tussen mediavorkeur en -gebruik en een antipolitieke houding enerzijds en tussen mediavorkeur en -gebruik en gevoelens van onveiligheid anderzijds?
5. Welke verbanden vinden we tussen mediavorkeur en -gebruik en een versterkte antidemocratische houding?

2.3. Onderzoeksontwerp

Het onderzoeksontwerp of onderzoekstechnische ontwerp is het praktische gedeelte van het onderzoeksplan waarin gezocht wordt naar ‘de concrete indicatoren voor de concepten, hoe deze kunnen worden waargenomen, met welke concrete middelen alsook wie, of wat, waar en wanneer waargenomen zal worden’ (Billiet & Waege, 2001, p. 78). Meer bepaald worden in hetgeen volgt het type onderzoek, de theoretische en operationele populatie en de selectie van onderzoekseenheden beschreven. Verder worden ook de waarnemingsmethode, de gestandaardiseerde vragenlijsten en de gebruikte concepten behandeld.

2.3.1. Type onderzoek

Het gaat hier om een *replicatieonderzoek* op de onderzoeken van de TOR-groep. Er zal op een deels beschrijvende, deels toetsende manier worden nagegaan welke impact de media en het middenveld hebben op de vorming van clusters van smaken en opvattingen. Via een beschrijvend onderzoek zal eerst een vooral een beeld worden geschetst van de jongeren en hun ouders uit de steekproef door te kijken naar de verdeling van de waarden van de variabelen in de populatie.

Ten tweede wordt een analyse uitgevoerd die moet leiden tot het antwoord op onze algemene onderzoeksvraag en meer specifiek de verschillende deelvragen met als bedoeling de stellingen van Elchardus en Hooghe (cfr. supra) te aanvaarden of te verwerpen (toetsend). Door het werken met verschillende analyse-instrumenten kan bovendien gekeken worden naar effecten van vraagverwoording.

2.3.2. Theoretische en operationele populatie

De *operationele populatie* of het *speciaal universum* is het empirische geldigheidsveld waarvoor de uitspraken zullen gelden en tot waar de statistische veralgemeningen reiken (Billiet & Waege, 2001, p. 185). De operationele populatie van dit onderzoek bestaat uit laatstejaarstudenten van het middelbaar onderwijs uit vier scholen van de scholen-

gemeenschap Sint-Pieter in Beringen en Lummen (zie bijlage 6) in het schooljaar 2003-2004 enerzijds en de ouders van deze laatstejaarstudenten anderzijds.

De *theoretische populatie* of het *algemeen universum* gaat verder dan de empirisch actueel bestaande populatie. Het is een denkbeeldige populatie waarbij er een theoretische veralgemening plaatsvindt (Billiet & Waeye, 2001, p. 186). De theoretische populatie van dit onderzoek wordt gevormd door Vlaamse adolescenten van 17 à 18 jaar enerzijds en de ouders van deze adolescenten anderzijds. De populatie bestaat dus uit een 'jonge' generatie en een 'oude' generatie.

2.3.3. Selectie van onderzoekseenheden

De gebruikte selectiewijze kan men omschrijven als een *gestratificeerde clustersteekproef*. Aangezien er geen uitputtende lijsten bestaan van alle elementaire eenheden die samen de populatie vormen (laatstejaarstudenten middelbaar en hun ouders) en een enkelvoudige toevalssteekproef enorm tijdrovend zou zijn, werd geopteerd voor deze werkwijze. Bij een clustersteekproef worden alle elementaire eenheden die deel uitmaken van een cluster tegelijk gekozen. Clustersteekproeven hebben het voordeel dat ze de geografische spreiding beperken en dat de dataverzameling in groep kan gebeuren. Ze zijn in sommige praktische situaties bijgevolg meer bruikbaar en ook goedkoper (Billiet & Waeye, 2001, p. 209). Ook het feit dat er met verschillende vragenlijsten gewerkt werd, droeg bij tot de keuze van deze manier van selectie van eenheden. Clusters die extern sterk op elkaar gelijken zijn in feite immers omwisselbaar waardoor een relatief klein aantal volstaat. Bovendien krijgen we door deze manier van werken de mogelijkheid om de groepen die ontstaan op basis van een verschillend analyse-instrument met mekaar te vergelijken.

Meer concreet leek het de meest voor de hand liggende oplossing om de onderzoekseenheden klassikaal te benaderen. Vier secundaire scholen van de scholengemeenschap Sint-Pieter in de gemeentes Beringen en Lummen werden benaderd met de vraag of het mogelijk was enkele klassen van het laatste jaar mee te laten werken aan dit onderzoek. Er werd gekozen voor laatstejaarstudenten omdat men er van uit kan gaan dat 17 à 18-jarigen reeds een ver gevorderd smaken- en opvattingenpatroon ontwikkeld hebben. Aangezien elke onderwijsvorm vertegenwoordigd diende te worden, werd de populatie vooraf ingedeeld in drie strata naargelang

de onderwijsvorm (algemeen secundair onderwijs, beroeps secundair onderwijs en technisch secundair onderwijs), dit om reeds op voorhand een invloed te kunnen uitoefenen op de proportie eenheden uit elk stratum en een gelijke verdeling na te streven.

Naast de laatstejaars maakten ook de ouders van deze laatstejaars deel uit van de onderzoekspopulatie. Er werd bijgevolg via de leerlingen een beroep gedaan op één van de ouders (of de persoon die als ouder beschouwd wordt) om mee te werken aan het onderzoek. Zo kan men nadien de ‘jonge’ generatie vergelijken met de ‘oude’ generatie. Door een gelijke verdeling tussen ASO, BSO en TSO verkrijgt men ook op het niveau van de ouders een representatieve verdeling. Het is immers zo dat de opleidingsstatus van de ouders in grote mate zal bepalen naar welke richting hun kinderen doorstromen. Kinderen die afkomstig zijn uit hoge statusachtergronden hebben meer kans om in ASO richtingen terecht te komen, terwijl kinderen uit lage statusachtergronden eerder voor TSO en BSO richtingen zullen kiezen. Door ook een oudere generatie te bevragen, willen we nagaan in welke mate de media ook hier een invloed hebben op de vorming van clusters van smaken en opvattingen.

Concreet werd er gestreefd naar een steekproef van ongeveer 210 laatstejaarsstudenten en ongeveer 210 ouders van dezelfde groep laatstejaarstudenten. De steekproef werd getrokken in het Sint-Jozefcollege (ASO), het Sinte-Lutgartinstituut (BSO en TSO) en het Vrij Technisch Instituut (BSO en TSO) in Beringen en in het Instituut Onbevlekt Hart van Maria in Lummen (ASO en TSO). Welke klassen in aanmerking kwamen voor het onderzoek, werd bepaald op toevalsbasis. Via de leerlingen werd vervolgens een beroep gedaan op de medewerking van de ouders.

Binnen elke onderwijsvorm werd tevens een gelijke verdeling van de geslachten nagestreefd door zowel scholen met typische jongens- als scholen met typische meisjesrichtingen te bevragen. Bij de ouders gebeurde deze gelijke verdeling op toevalsbasis. Die ouder die in het jaar het eerst jarig was, nam deel aan het onderzoek.

2.3.4. Waarnemingsmethode

Een waarnemingsmethode of -strategie is een combinatie van twee aspecten: een analyse-instrument en een methode om informatie met dat instrument te verzamelen (Billiet & Waeye, 2001, p. 81). Als analyse-instrument werd gebruik gemaakt van vier

verschillende schriftelijke gesloten vragenlijsten. Het grote voordeel van het werken met gestandaardiseerde vragenlijsten is eerst en vooral haar relatief lage kostprijs in vergelijking met andere methodes zoals bijvoorbeeld het ‘face-to-face’ interview. Daarenboven kan men in een beperkte tijdsperiode een grote hoeveelheid data verzamelen bij een grote groep mensen. Aangezien niemand direct aanwezig is bij het invullen van de vragenlijsten schept het bovendien een indruk van anonimiteit. Hierdoor kan de respondent zich vrijer voelen te antwoorden op bedreigende vragen. Bij interviews kan de aanwezigheid van een interviewer een rem zijn. Intervieweffecten zijn bovendien uitgesloten aangezien elke respondent een identieke, gedrukte vragenlijst krijgt (Billiet & Waage, 2001, pp. 290-291). Om de representativiteit te verhogen, werd gekozen voor een schriftelijke enquête met pen en papier en niet voor een web survey of internetenquête.

De *leerlingvragenlijsten* werden afgenomen in bestaande collectiviteiten (klassen). De efficiëntie van het verzamelen van data in een bestaande, natuurlijke groepssituatie is hoog, maar onderlinge beïnvloeding kan men meestal niet helemaal uitsluiten (Swanborn, 1987, p. 266). Concreet werd in de drie bevroegde scholen een begeleidende leerkracht gezocht aan wie de vragenlijsten toevertrouwd werden. Eveneens werd aan deze persoon een instructieformulier bezorgd, waarin alle te volgen stappen beschreven stonden (zie bijlage 1). In alle klassen werd door de begeleidende leerkracht een korte uitleg gegeven over het onderzoek en gewezen op het belang van een individuele en volledige invulling van de vragenlijst. Er werd tevens benadrukt dat de enquête volledig anoniem verwerkt zou worden en dat er geen foute antwoorden mogelijk waren, aangezien het om meningsvragen ging. Het invullen van de vragenlijsten duurde zeker niet langer dan tien minuten.

Na het invullen van de leerlingenvragenlijsten kregen de leerlingen van de begeleidende leerkracht een nieuwe vragenlijst die ze mee naar huis dienden te nemen. Het was de bedoeling dat deze vragenlijst ingevuld werd door de ouder (of de persoon die als ouder beschouwd wordt) die het eerst jarig is in het jaar. Op afgesproken tijdstip werden deze *oudervragenlijsten* door de leerlingen terugbezorgd aan de begeleidende leerkracht. Hierbij werd een voldoende grote tijds marge in acht genomen om een eventuele non-respons zo laag mogelijk te houden.

2.3.5. Gestandaardiseerde vragenlijsten

Voor dit onderzoek werd gebruik gemaakt van verschillende, relatief korte, gestandaardiseerde vragenlijsten. Eén vragenlijst, verder *vragenlijst A* genoemd, is een selectie van vragen afkomstig uit de vragenlijst gebruikt in een onderzoek naar de beleving van de leefwereld van jongeren (Stevens & Elchardus, 2001). De data van dit onderzoek vormden ook de basis van het eerder besproken onderzoek van Siongers en Stevens (2002) dat het bestaan van mediaculturele ruimten als conclusie had. Verder werd deze vragenlijst A aangevuld met enkele concepten zoals die ook gebruikt werden in het middenveldonderzoek (Elchardus, Huyse & Hooghe, 2000).

De tweede vragenlijst, oftewel *vragenlijst B*, werd samengesteld aan de hand van de kritieken van De Meyer (2003) op de onderzoeken van Elchardus en tracht de methodologische hiaten uit vragenlijst A als het ware op te vullen. Voor zowel vragenlijst A als vragenlijst B werd een leerling- als ouderversie opgesteld. In totaal werd er dus gebruik gemaakt van vier verschillende vragenlijsten. De ouder- en leerlingvragenlijsten zijn enkel verschillend met betrekking tot de sociodemografische kenmerken. Bij de inhoud en samenstelling van de vragenlijsten werd gebruik gemaakt van de zeer nuttige tips en aanbevelingen neergeschreven in *Een samenleving onderzocht: methoden van sociaal-wetenschappelijk onderzoek* (Billiet & Waeghe, 2001).

In hetgeen volgt worden vragenlijst A en vragenlijst B verder besproken en wordt een overzicht gegeven van de onderzochte concepten en de manier waarop ze geoperationaliseerd werden. De gebruikte vragenlijsten/codeboeken zijn opgenomen in bijlagen 2, 3, 4 en 5.

2.3.5.1. Concepten

a. Media en muziek

Een eerste set van vragen in *vragenlijst A* peilde naar de media- en muziekvoorkeuren van de respondent. Eerst werd gevraagd naar de favoriete televisiezender van de respondenten (vraag A1). De respondenten dienden negen Vlaamse televisiezenders te beoordelen op een tienpuntenschaal gaande van 'absoluut slecht' tot 'heel goed'. Hetzelfde diende te gebeuren voor acht Vlaamse radiozenders (vraag A3) en een

dertigtal soorten muziekgenres (vraag A4). Eveneens werd er gepeild naar de media-inhoud door aan de respondenten een lijst met soorten van televisieprogramma's voor te leggen (vraag A5). Om een idee te geven wat bedoeld werd met een aantal soorten programma's werden er bij sommige soorten voorbeelden gegeven. Ook hier konden de respondenten hun oordeel geven op dezelfde tienpuntenschaal van 'absoluut slecht' tot 'heel goed'. Tenslotte werd ook gevraagd welk tijdschrift of soort tijdschrift men het best vindt (vraag A2). Hier konden de respondenten kiezen uit elf antwoordmogelijkheden.

Zoals reeds eerder aan bod kwam is een dergelijke manier van vraagstelling niet geheel zonder risico. De Meyer (2003, p. 30) stelde immers dat door dergelijke vraagstelling heel wat respondenten een sociaal wenselijk of cultureel correct antwoord geven. Door naar voorkeuren te vragen weet men volgens De Meyer enkel iets over de identiteit die men zichzelf wil aanmeten en niets over het concrete kijkgedrag. Vandaar dat in *vragenlijst B* voor een andere vraagstelling gekozen werd. Eerst en vooral werd in *vragenlijst B* niet gevraagd wat de favoriete zender is van de respondenten, maar werd een lijst met (bijna) dagelijkse en wekelijkse televisieprogramma's opgesteld waarvan de respondent moest aanduiden hoe vaak hij het programma bekijkt (vraag B1). Door het werken met antwoordcategorieën van frequentie (nooit, bijna nooit, 1 à 2 keer per week/maand, 3 à 4 keer per week/maand, (bijna) elke dag/week) werd gepoogd het aantal cultureel correcte antwoorden tot een minimum te herleiden. Eveneens werd een antwoordcategorie 'ken ik niet' voorzien. De lijst met programma's werd samengesteld op basis van de kijkcijferlijsten en programmaschema's van begin februari 2004 en is een evenredige verdeling tussen de verschillende zenders enerzijds en ontspannings- en actualiteitenprogramma's anderzijds. Concreet bestaat de lijst uit 19 TV1-programma's, 10 Canvasprogramma's, 18 VTM-programma's, 7 VT4 programma's en 6 Kanaaltwee-programma's. Het gaat hierbij om 14 (bijna) dagelijkse programma's en 46 wekelijkse programma's.

Hetzelfde principe gold voor de tijdschriften, radiozenders en muziekgenres. Ook hier moesten de respondenten aanduiden hoe vaak ze een bepaald tijdschrift lezen (vraag B2), radiozender (vraag B3) of muziekgenre (vraag B4) beluisterden. Wat de muziekgenres betreft, moesten de respondenten enkel aanduiden hoe vaak ze naar een cd, dvd, cassette of mp3 van het desbetreffende genre luisterden. Het luisteren naar

bepaalde muziekgenres op de radio werd hier dus niet mee in rekening gebracht. Dit gebeurde vanuit de idee dat het luisteren naar de radio vaak niet bewust gebeurt.

b. Middenveldparticipatie

Een tweede reeks van vragen peilde naar de participatie aan het verenigingsleven, oftewel middenveld. Het middenveld was, zoals gezien, belangrijk omdat een verschraling ervan volgens Putnam (2000) de kans op een democratische samenleving van betrokken burgers verkleint. Putnam achtte onder meer de televisie in het algemeen, Hooghe (2002) de gemakkelijke ontspanning en commerciële zenders in het bijzonder hiervoor verantwoordelijk (cfr. supra).

In *vragenlijst A* werd gepeild naar de middenveldparticipatie door te vragen of de respondent al dan niet lid was van één of meer opgesomde organisaties (vraag A6). De respondent kon aanduiden of hij geen lid, passief, actief of organiserend lid was. Passief lid zijn betekent hier dat men het lidgeld betaalt en eventueel een ledenblaadje leest of ontvangt. Actief lidmaatschap daarentegen betekent dat men actief deelneemt aan de activiteiten. Een organiserend lid staat dan weer in de leiding, helpt activiteiten mee organiseren of is actief in een bestuursorgaan. Om een idee te geven wat bedoeld wordt met een aantal verenigingen of organisaties werden er bij sommigen voorbeelden gegeven. Naast de soorten verenigingen werd ook gevraagd hoeveel tijd men per week aan het verenigingsleven besteedt (vraag A7).

In *vragenlijst B* werd eerst naar analogie met vragenlijst A een lijst met soorten verenigingen gegeven met de vraag of de respondent op één of andere manier lid was (vraag B5). Het aantal soorten organisaties en verenigingen werd hierbij echter gevoelig uitgebreid. Eveneens werd gevraagd hoeveel tijd, uitgedrukt in aantal uren, men per week aan het verenigingsleven besteedt (vraag B6).

Naast participatie aan het formele verenigingsleven werd in vragenlijst B ook aandacht besteed aan het niet-officiële, niet-georganiseerde middenveld. Zoals reeds eerder aan bod kwam, is het volgens De Meyer (2003, p. 16) evenzeer van belang verder durven te kijken dan verzuilde verenigingen en thematisch of gespecialiseerde organisaties zoals bijvoorbeeld Greenpeace of Amnesty International. Volgens De Meyer vindt de ontzuring van de maatschappij immers eerder plaats in de bestaande,

alledaagse activiteiten in plaats van in het georganiseerd middenveld. Vandaar dat in vragenlijst B ook naar de ‘informele middenveldparticipatie’ gepeild werd, enerzijds door een aantal informele organisaties of verenigingen op te nemen in de lijst met organisaties (vraag B6), anderzijds aan de hand van twintig opgesomde activiteiten waarvan de respondent moest aanduiden of hij deze activiteiten de voorbije maanden nooit, minder dan één keer per maand, één of twee keer per maand, één of twee keer per week, dagelijks of bijna dagelijks gedaan heeft (vraag B7). Zo werd bij wijze van voorbeeld gevraagd of de respondenten wel eens vrienden of kennissen voor een etentje ontvangen, chatten op het internet of discussiefora, deelnemen aan buurt- of wijkactiviteiten, naar een theatervoorstelling, tentoonstelling, rock- of popconcert gaan, enzovoort.

c. Antipolitieke houding

Wie niet participeert aan het middenveld, zou een veel grotere kans hebben om zwak betrokken te zijn bij de samenleving, de buurt en het culturele gebeuren. Daarenboven zouden deze mensen houdingen ontwikkelen die wijzen op een zwakke mate van democratische inburgering. Een daling van de participatie zou de kans op antipolitiek zeer waarschijnlijk vergroten en zou een democratische samenleving minder kans op slagen geven. Dit bleek althans uit het middenveldonderzoek van 2000 (Elchardus, Huyse & Hooghe, 2000, p. 116).

Elchardus e.a. kwamen tot deze conclusies door het gebruik van een aantal schalen die peilden naar bepaalde houdingen. In *vragenlijst A* werd één van deze schalen overgenomen, meer bepaald deze die peilt naar de aanwezigheid van een antipolitieke houding (vraag A8). Deze variabele werd gemeten aan de hand van zes uitspraken, waarvan de respondent een waarderingscijfer moest geven, gaande van 1 (helemaal niet akkoord) tot 5 (helemaal akkoord), met een neutrale middenterm ‘tussen beide’:

Antipol_1: Men moet de politiek gewoon afschaffen en het land laten besturen door wijze mensen.

Antipol_2: Zonder politieke partijen zou het in ons land veel beter gaan.

Antipol_3: Politici zouden geen minister mogen worden.

Antipol_4: Ik heb politiek niet nodig.

Antipol_5: Laat het land besturen door experts en specialisten, niet door politici.

Antipol_6: Het parlement is een machteloze praatbarak, je kunt het beter afschaffen.

Het centrale idee achter het gebruik van dergelijke schalen, is dat één achterliggende factor, een antipolitieke houding in dit geval, verantwoordelijk is voor de correlatie tussen de items in het model. Indien dit het geval is, kan men door de scores op de verschillende items op te tellen, bepalen hoe antipolitiek iemand ingesteld is.

Bij het bepalen van welke items het best een achterliggende factor meten, moeten een aantal zaken in overweging genomen worden. De vraag die men zich moet stellen, is welke set van items het best de betekenis weergeeft van de attitude die we trachten te meten. Dit heeft te maken met de geldigheid van de schaal en kan niet statistisch worden bepaald. Het is eerder een beslissing op basis van theoretische overwegingen en een zorgvuldige bepaling van de betekenis van de items. Niet zelden bestaat dus het gevaar dat bepaalde items dubbelzinnig of onduidelijk zijn. Zo zou de uitspraak ‘men moet de politiek gewoon afschaffen en het land laten besturen door wijze mensen’ dubbelzinnig zijn en suggereren dat in ‘de politiek’ slechts ‘niet-wijzen’ zitten terwijl niet gesproken wordt over of gerefereerd naar de afschaffing van de democratie en de vervanging ervan door een dictator (De Meyer, 2003, p. 25). Dergelijke uitspraken getuigen volgens De Meyer van ‘een vooringenomen visie op het politieke bedrijf en van een onderschatting van de bevraagde bevolking’. Op dergelijke uitspraken kan men geen redelijke instemming of afkeuring geven, aldus De Meyer.

In *vragenlijst B* werd bijgevolg geopteerd voor een alternatieve reeks stellingen die naar de aanwezigheid van een antipolitieke houding peilen (vraag B8). De respondenten konden telkens aanduiden in welke mate ze het ermee eens of oneens waren:

- Antipol_1: Politieke partijen zijn alleen maar geïnteresseerd in stemmen van mensen, niet in hun mening.
- Antipol_2: De meeste politici beloven veel, maar doen niets.
- Antipol_3: Van zodra ze gekozen zijn, voelen de meeste politici zich te goed voor mensen zoals ik.
- Antipol_4: Eigenlijk is er geen enkele politicus die ik zou durven vertrouwen.
- Antipol_5: De meeste van onze politici zijn geschikte mensen die weten wat ze doen
- Antipol_6: Mensen zoals ik hebben wel degelijk invloed op wat politici doen en niet doen.
- Antipol_7: Politici doen opvallende uitspraken om de aandacht van de kiezer te trekken.
- Antipol_8: De politici houden zich bezig met dingen waar ze zich niet mee moeten moeien.
- Antipol_9: Politici doen te weinig voor de zwakken in onze maatschappij.
- Antipol_10: Het is belangrijk conflicten door overleg op te lossen.

Omdat het concept antipolitieke houding nauw verwant is met het vertrouwen in de instellingen werd in vragenlijst B eveneens gevraagd in welke mate de respondenten

erop vertrouwen dat de Belgische regering de problemen kan oplossen waar België op dit moment mee te kampen heeft (vraag B9). De respondenten konden aanduiden of ze er volledig, eerder, noch wel noch niet, eerder niet, of helemaal niet op vertrouwen.

d. Gevoelens van onveiligheid

Volgens de analyse van Hooghe (2002) zouden commerciële televisiestations door gemakkelijke ontspanning en simpele formules aan te bieden niet alleen een antipolitieke of antidemocratische houding in de hand werken, maar ook bijdragen aan het cultiveren van onveiligheidsgevoelens. De door Hooghe gebruikte schaal om gevoelens van onveiligheid te meten werd overgenomen in *vragenlijst A*. Het gaat om zeven uitspraken waarvan de respondent moest aanduiden in welke mate hij er mee akkoord is, gaande van helemaal niet akkoord tot helemaal akkoord (vraag A9).

Onv_1: 's Avonds moet je op straat extra voorzichtig zijn.

Onv_2: De laatste tien jaar zijn de straten onveiliger geworden.

Onv_3: Uit angst dat ik word overvallen sluit ik altijd onmiddellijk mijn wagen als ik instap.

Onv_4: 's Avonds en 's nachts doe ik de deur niet open als er gebeld wordt.

Onv_5: In deze tijd is een alarmsysteem geen overbodige luxe.

Onv_6: Het is vandaag de dag te onveilig om kinderen alleen op straat te laten.

Onv_7: De politie en de rijkswacht zijn niet meer in staat om ons nog te beschermen tegen criminelen.

Het meten van onveiligheidsgevoelens is echter niet makkelijk. Sommigen menen dat een directe vraag naar onveiligheidsgevoelens (vb. 'hebt u last van onveiligheidsgevoelens?') voor de meest accurate en betrouwbare metingen zorgt, terwijl anderen menen dat onveiligheidsgevoelens meerdere dimensies kennen en bijgevolg ook multidimensionaal gemeten dienen te worden.

Het gevaar met uitspraken als 'de laatste tien jaar zijn de straten onveiliger geworden' bestaat er bovendien in dat die mensen, die akkoord gaan met deze uitspraak al te vlug in de categorie 'mens met een onveiligheidsgevoel' gestopt worden, terwijl zij misschien louter een objectieve inschatting zouden maken van een reëel feit en dus niet bezeten zijn door een dwangmatige gedachte dat de samenleving merkelijk onveiliger geworden is (De Meyer, 2003, p. 25). Ook de uitspraak 'het is vandaag de dag te onveilig om kinderen alleen op straat te laten' is dubbelzinnig. Het is immers altijd onveilig op straat, en zeker voor kinderen, in termen van verkeersveiligheid.

In *vragenlijst B* werd met voorgaande rekening gehouden en een lijst met items samengesteld die enerzijds op directe wijze onveiligheidsgevoelens bevragen (bv. ‘ik maak me zorgen omtrent mijn persoonlijke veiligheid’) en anderzijds onrechtstreeks bepaalde situaties schetsen waaruit gevoelens van onveiligheid afgeleid kunnen worden (bv. ‘ik ben bang dat iemand mij op straat zou volgen’). De respondenten konden telkens aanduiden in welke mate ze het hiermee eens of oneens waren (vraag B 10). Voor samenstelling van de lijst werd inspiratie gezocht bij vragenlijsten van Minnebo (2002) en Vandenberck, Opdebeeck, & Lammertyn (1998):

Onv_1: Ik maak me zorgen omtrent mijn persoonlijke veiligheid.

Onv_2: Ik maak me vaak zorgen omtrent de persoonlijke veiligheid van mijn vrienden en familieleden.

Onv_3: Het is terecht dat mensen angst hebben om slachtoffer te worden van een misdaad.

Onv_4: Er zijn momenten dat ik 's nachts bang ben om buiten te komen.

Onv_5: De stad of gemeente waar ik woon is een veilige gemeente.

Onv_6: Ik maak me vaak zorgen omtrent de veiligheid van mijn persoonlijke bezittingen.

Onv_7: Er zijn plaatsen of straten waar ik naartoe moet, maar waar ik liever niet kom omdat ik me er onveilig voel.

Onv_8: Ik ben soms bang dat iemand mij op straat zou volgen.

e. Politieke voorkeur

Aangezien bepaalde houdingen of attitudes ook vaak resulteren in een bepaalde politieke voorkeur, werd ook hier naar gepeild. Voor de twee vragenlijsten werd een verschillende vraagstelling gekozen. In *vragenlijst A* werd gevraagd tot welke politieke partij de respondenten zich het meest aangetrokken voelden (vraag A 10). Aangezien ook dit van het concrete stemgedrag zou kunnen verschillen werd in *vragenlijst B* deze vraag anders geformuleerd en werd gevraagd op welke partij de respondenten zouden stemmen indien het morgen verkiezingen zouden zijn (vraag B 11). Bij de leerlingvragenlijsten werd hierbij de formulering ‘ook indien u nog niet stemplichtig bent’ aan toegevoegd. Door naar politieke voorkeur te vragen zal later in de analyse een onderscheid gemaakt worden tussen mensen met en zonder voorkeur voor het Vlaams Blok.

f. Sociodemografische kenmerken

Een laatste set vragen peilde naar enkele sociodemografische variabelen. Dit soort vragen over enkele persoonlijke karakteristieken wordt het best achteraan geplaatst aangezien in de inleiding uitdrukkelijk gewezen wordt op de anonimiteit van de vragenlijsten (Billiet & Waage, 2001, p. 247). Voor zowel vragenlijst A als vragenlijst B werden dezelfde vragen gebruikt. Er waren enkel verschillen tussen de leerling- en ouder vragenlijsten.

Eerst werd de opleiding bevraagd (vraag A10 en B12). Voor de leerlingvragenlijsten gebeurde dit aan de hand van het huidige studieniveau (ASO, TSO of BSO). Bij de ouders werd opleiding geoperationaliseerd aan de hand van het hoogst behaalde diploma. Tenslotte werd aan de respondenten ook gevraagd om hun geslacht (vraag A11 en B13) en hun geboortjaar (vraag A12 en B14) op te geven.

2.4. Data-analyse

De data werden geanalyseerd met behulp van het statistisch analyseprogramma SPSS 11 (Statistical Package for the Social Sciences). Om een beeld te schetsen van de jongeren en hun ouders met betrekking tot de gebruikte concepten werd eerst een beschrijvende analyse uitgevoerd. Dit gebeurde grotendeels aan de hand van gemiddelden en frequenties. Waar mogelijk werden hierbij respectievelijk t-testen en chi-kwadraat testen uitgevoerd om te zien of de respondenten van onderzoek A significant verschilden van deze van onderzoek B. De schalen die gebruikt werden om de onderliggende attitudes ‘antipolitieke houding’ en ‘onveiligheidsgevoelens’ te meten werden getest op hun interne consistentie en betrouwbaarheid aan de hand van factoranalyses.

Een factoranalyse werd ook gebruikt om, net zoals in het onderzoek van Siongers en Stevens (2002), bepaalde dimensies van mediagebruik en muziekmaken te kunnen onderscheiden. Verder gebeurde de analyse die moest leiden tot een antwoord op de verschillende onderzoeksvragen voornamelijk aan de hand van correlaties. Voor verschillen in gemiddelden tussen bepaalde groepen werd, indien mogelijk, gebruik gemaakt van t-testen voor onafhankelijke steekproeven.

2.5. Besluit

In dit hoofdstuk werd de onderzoeksmethode uiteengezet. Na een bespreking van de onderzoeksvragen werd het onderzoeksontwerp besproken. Het uitgevoerde onderzoek betrof een replicatieonderzoek waarbij de onderzoekseenheden via een gestratificeerde clustersteekproef in bestaande collectiviteiten (scholen) geselecteerd werden. Als analyse-instrument werd gebruik gemaakt van twee verschillende schriftelijke gestandaardiseerde vragenlijsten die enerzijds bij de leerlingen, anderzijds bij de ouders van deze leerlingen afgenomen werden. De concepten waarnaar gevraagd werd in de vragenlijsten hadden betrekking op media en muziek, middenveldparticipatie, antipolitieke houding, gevoelens van onveiligheid, politieke voorkeur en enkele socio-demografische kenmerken. Tot slot werd kort de data-analyse besproken. Deze zal verder uitgewerkt worden in de volgende hoofdstukken.

3. Beschrijvende analyse

3.1. Inleiding

In dit hoofdstuk zal een beschrijvende analyse worden gegeven van de verzamelde onderzoeksdata. Er zal een beeld geschetst worden van de jongeren en hun ouders uit de steekproef met betrekking tot de gebruikte concepten. Hierbij zal telkens ook gekeken worden in welke mate de respondenten van vragenlijst A verschillen van de respondenten die de alternatieve B-vragenlijst invulden.

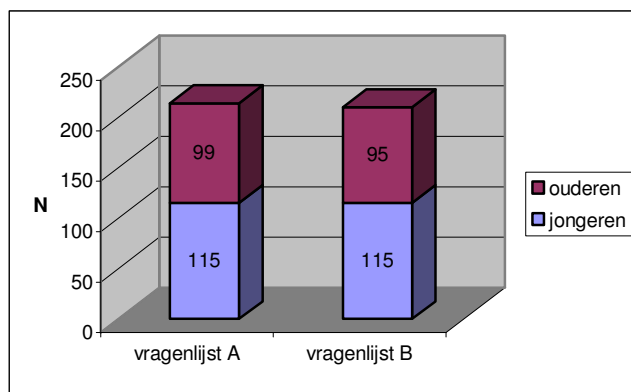
Achtereenvolgens komen de sociodemografische variabelen, de media- en muziekvariabelen, participatie aan het middenveld, de onderliggende attitudes antipolitieke houding en onveiligheidsgevoelens, en politieke voorkeur aan bod. Hierbij zal eveneens onderzocht worden of er significante verschillen bestaan tussen de twee leeftijdsgroepen.

In het volgende en laatste hoofdstuk zal dan de analyse uitgevoerd worden die moet leiden tot een antwoord op de vraag welke rol de media spelen in de vorming van clusters van smaken en opvattingen en meer specifiek de verschillende deelvragen zoals die aan bod kwamen in het vorige hoofdstuk.

3.2. Sociodemografische kenmerken

In totaal werden er 424 personen ondervraagd. Hiervan vulde 50,47% ($N_A=214$) *vragenlijst A* in. De overige 49,53% ($N_B=210$) werd bevestigd met de alternatieve *vragenlijst B*. Van het totaal aantal respondenten waren er 194 ouders (45,75%), waarvan 99 ouders *vragenlijst A* en 95 *vragenlijst B* invulden. Bijgevolg werden 36 oudervragenlijsten niet of onzorgvuldig ingevuld. Van de jongeren vulden telkens 115 respondenten (54,24%) de respectievelijke vragenlijsten in. De verdeling van de verschillende vragenlijsten over de twee generaties wordt grafisch weergegeven in figuur 3.1.

Figuur 3.1. Steekproefverdeling naar vragenlijsten en generatie (N=424)



De verdeling naar geslacht (tabel 3.1) is vrij normaal en bedraagt 51,89% ten opzichte van 48,11% over het totaal aantal respondenten ($N=424$). Ook tussen de verschillende vragenlijsten is de verdeling naar geslacht vrij normaal. Er is geen significant verschil tussen de A-groep en de B-groep ($\chi^2=0,959$; $df=1$; $p>.05$) met betrekking tot geslacht.

Tabel 3.1. Steekproefverdelingen naar geslacht (N=424)

Geslacht	Vragenlijst A		Vragenlijst B		Totaal	
	frequentie	procent	frequentie	procent	frequentie	procent
<i>Mannelijk</i>	106	49,53%	114	54,29%	220	51,89%
Jongeren	62	28,97%	66	31,43%	128	30,19%
Ouderen	44	20,56%	48	22,86%	92	21,70%
<i>Vrouwelijk</i>	108	50,47%	96	45,71%	204	48,11%
Jongeren	53	24,77%	49	23,33%	102	24,06%
Ouderen	55	25,70%	47	22,38%	102	24,06%
Totaal	214	100%	210	100%	424	100%

De verdeling van de jongeren ($N_{\text{jong}}=230$) naar studierichting (tabel 3.2) toont aan dat de meeste ondervraagde jongeren uit het algemeen secundair onderwijs komen (38,70%), gevolgd door het technisch secundair (33,04%) en beroepssecundair onderwijs (28,26%). Uit onderstaande frequentietabel blijkt bovendien dat de verdeling tussen de A-groep en de B-groep nagenoeg identiek is ($\chi^2=0,027$; $df=2$; $p>.05$). Deze groepen zijn wat onderwijsvorm betreft bijgevolg perfect vergelijkbaar.

Tabel 3.2. Steekproefverdeling jongeren naar onderwijsvorm ($N_{\text{jong}}=230$)

Onderwijsvorm	Vragenlijst A		Vragenlijst B		Totaal	
	frequentie	procent	frequentie	procent	frequentie	procent
ASO	44	38,26%	45	39,13%	89	38,70%
Mannelijk	19	16,52%	24	20,86%	43	18,70%
Vrouwelijk	25	21,74%	21	18,26%	46	20,00%
TSO	38	33,04%	38	33,04%	76	33,04%
Mannelijk	26	22,61%	21	18,26%	47	20,43%
Vrouwelijk	12	10,43%	17	14,78%	29	12,61%
BSO	33	28,70%	32	27,83%	65	28,26%
Mannelijk	17	14,78%	21	18,26%	38	16,52%
Vrouwelijk	16	13,91%	11	9,56%	27	11,74%
Totaal	115	100%	115	100%	230	100%

In de oudervragenlijsten werd gevraagd naar het hoogst behaalde diploma (tabel 3.3). Het grootst aantal respondenten heeft een diploma hoger middelbaar onderwijs. Wanneer men de drie studierichtingen samentelt, gaat het om 42,27% van het totaal ($N_{\text{oud}}=230$). Het aantal respondenten dat zegt geen diploma of enkel een diploma lager onderwijs te hebben, bedraagt 6,19%. De respondenten die hoger onderwijs hebben genoten, vertegenwoordigen 24,74% van het totaal. Als we kijken naar de verdeling tussen de verschillende vragenlijsten, kunnen we vaststellen dat deze ook hier nauwelijks van elkaar verschilt.

Tabel 3.3. Steekproefverdeling ouders naar hoogst behaalde diploma ($N_{\text{oud}}=194$)

Hoogst behaalde diploma	Vragenlijst A		Vragenlijst B		Totaal	
	frequentie	procent	frequentie	procent	frequentie	procent
geen	2	2,02%	3	3,16%	5	2,58%
lager onderwijs	2	2,02%	5	5,26%	7	3,61%
lager middelbaar beroepsonderwijs	13	13,13%	7	7,37%	20	10,31%
lager middelbaar technisch onderwijs	8	8,08%	8	8,42%	16	8,25%
lager middelbaar algemeen onderwijs	4	4,04%	5	5,26%	9	4,64%
hoger middelbaar beroepsonderwijs	14	14,14%	11	11,58%	25	12,89%
hoger middelbaar technisch onderwijs	19	19,19%	17	17,89%	36	18,56%
hoger middelbaar algemeen onderwijs	11	11,11%	10	10,53%	21	10,82%

niet-universitair hoger onderwijs KT	14	14,14%	15	15,79%	29	14,95%
niet-universitair hoger onderwijs LT	1	1,01%	1	1,05%	2	1,03%
universitair onderwijs	8	8,08%	9	9,47%	17	8,76%
andere	2	2,02%	3	3,16%	5	2,58%
Totaal	98	98,98%	94	98,95%	192	98,97%
missing	1	1,01%	1	1,05%	2	1,03%
Totaal	99	100%	95	100%	194	100%

De verdeling van de jongeren naar geboortejaar (tabel 3.4) leert ons dat ongeveer drie vierde van de respondenten geboren is in het jaar 1986. Dit betekent dat ongeveer één vierde van de jongeren minstens één keer een jaar heeft overgedaan. Leerlingen uit het BSO en het TSO blijven significant vaker zitten dan leerlingen uit het ASO ($\chi^2=23,860$; $df=2$; $p<.05$; $N_{jong}=230$).

Tabel 3.4. Steekproefverdeling jongeren naar geboortejaar ($N_{jong}=230$)

Geboortejaar	Vragenlijst A		Vragenlijst B		Totaal	
	frequentie	procent	frequentie	procent	frequentie	procent
1984	6	5,22%	4	3,48%	10	4,35%
1985	28	24,35%	21	18,26%	49	21,30%
1986	81	70,43%	89	77,39%	170	73,91%
1987	0	0,00%	1	0,87%	1	0,43%
Totaal	115	100%	115	100%	230	100%

Bij de ouders (of die personen die als ouder beschouwd worden) bedraagt de gemiddelde leeftijd zowel voor vragenlijst A als vragenlijst B 46 jaar. De oudste respondent werd geboren in 1933, de jongste in 1970. Bijna 60% ($N_{oud}=194$) van de ouders werd geboren in de periode 1957 - 1962 en is bijgevolg tussen de 42 en 47 jaar oud. Van de oudergroep was 3,61 % jonger dan 40 jaar en 11,36 % ouder dan 50 jaar. Tussen de vragenlijsten onderling waren er ook hier nauwelijks verschillen.

Tabel 3.5. Steekproefverdeling ouderen naar geboortejaar ($N_{oud}=194$)

Geboortejaar	Vragenlijst A		Vragenlijst B		Totaal	
	frequentie	procent	frequentie	procent	frequentie	procent
1933	1	1,01%	0	0,00%	1	0,52%
1944	1	1,01%	0	0,00%	1	0,52%
1946	0	0,00%	1	1,05%	1	0,52%
1949	0	0,00%	1	1,05%	1	0,52%
1950	1	1,01%	4	4,21%	5	2,58%
1951	6	6,06%	1	1,05%	7	3,61%
1953	3	3,03%	3	3,16%	6	3,09%

1954	2	2,02%	9	9,47%	11	5,67%
1955	4	4,04%	7	7,37%	11	5,67%
1956	6	6,06%	7	7,37%	13	6,70%
1957	9	9,09%	7	7,37%	16	8,25%
1958	13	13,13%	7	7,37%	20	10,31%
1959	10	10,10%	8	8,42%	18	9,28%
1960	11	11,11%	11	11,58%	22	11,34%
1961	7	7,07%	7	7,37%	14	7,22%
1962	11	11,11%	13	13,68%	24	12,37%
1963	4	4,04%	2	2,11%	6	3,09%
1964	5	5,05%	5	5,26%	10	5,15%
1965	2	2,02%	0	0,00%	2	1,03%
1966	2	2,02%	1	1,05%	3	1,55%
1970	1	1,01%	1	1,05%	2	1,03%
Totaal	99	100%	95	100%	194	100%

3.3. Media en muziek

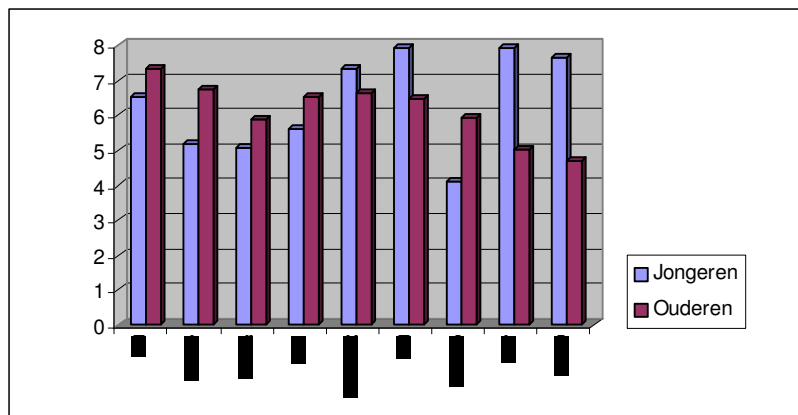
3.3.1. Televisie

In *vragenlijst A* werd als eerste aan de respondenten gevraagd een aantal Vlaamse televisiezenders te beoordelen op een schaal gaande van 0 (absoluut slecht) tot 10 (heel goed). Uit onderstaande tabel 3.6 blijkt dat de zender VT4 door de jongeren het best wordt beoordeeld, op de voet gevolgd door de muziekzenders TMF en Jim TV. Canvas, Ketnet en regionale televisie krijgen de laagste gemiddelde score. Bij de ouders spannen de openbare zenders TV1 en Canvas de kroon met een respectievelijke eerste en tweede plaats. In tegenstelling tot bij de jongeren krijgen de muziekzenders TMF en Jim TV de minste waardering. Een t-test voor onafhankelijke steekproeven leert ons dat de gemiddelden van de jongeren allen significant verschillen van deze van de ouders ($\alpha < .05$). De gemiddelde beoordelingen worden grafisch voorgesteld in figuur 3.2.

Tabel 3.6. Beoordeling van televisiezenders op een schaal van 0 tot 10: gemiddelden ($N_A=214$)

A	jongeren			ouderen			Totaal			T-test	
	Mean	N	SD	Mean	N	SD	Mean	N	SD	F	sign.
TV1	6,51	115	2,12	7,32	99	1,96	6,89	214	2,08	0,353	0,004
Canvas	5,18	113	2,53	6,75	96	2,39	5,90	209	2,58	1,457	0,000
Ketnet	5,10	113	2,40	5,88	91	2,56	5,45	204	2,50	0,164	0,026
VTM	5,63	115	2,52	6,55	98	2,53	6,05	213	2,56	0,220	0,008
KANTWEE	7,32	115	2,04	6,62	97	2,38	7,00	212	2,22	3,018	0,021
VT4	7,94	114	1,59	6,45	97	2,45	7,26	211	2,16	21,431	0,000
Regio TV	4,10	92	2,39	5,94	85	2,47	4,98	177	2,59	0,799	0,000
TMF	7,93	114	1,63	5,00	78	2,58	6,74	192	2,52	18,873	0,000
Jim TV	7,68	113	2,02	4,68	78	2,51	6,46	191	2,68	6,211	0,000

Figuur 3.2. Beoordeling van televisiezenders op een schaal van 0 tot 10: gemiddelden ($N_A=214$)



In *vragenlijst A* werd de respondenten eveneens gevraagd hun oordeel te geven over een aantal soorten televisieprogramma's op dezelfde schaal van 0 (absoluut slecht) tot 10 (heel goed). Bij de jongeren krijgen Engelstalige comedy- en familiereeksen, tekenfilmreeksen en reality TV de hoogste scores. Koppelprogramma's, buitenlandse soaps en praatprogramma's scoren het laagst (zie tabel 3.7).

Bij de ouders nemen journaal, actualiteiten- en duidingsprogramma's, klein nieuwsprogramma's en Vlaamse series de eerste drie plaatsen in. Koppelprogramma's en buitenlandse soaps worden ook hier naast erotische programma's als slechtste beoordeeld. De gemiddelde beoordelingen van de ouders verschillen significant ($\alpha < .05$) van die van de jongeren voor wat betreft praatprogramma's, journaal, actualiteiten- en duidingsprogramma's, Vlaamse series, buitenlandse soaps, Engelstalige comedy- en familiereeksen, erotische programma's, tekenfilmreeksen, klein nieuwsprogramma's en reality TV.

Tabel 3.7. Beoordeling van soorten tv-programma's op schaal van 0 tot 10: gemiddelden ($N_A=214$)

A	jongeren			ouderen			Totaal			T-test	
	Mean	N	SD	Mean	N	SD	Mean	N	SD	F	sign.
<i>Rechtstr. sportuitzendingen</i>	5,86	112	3,18	5,72	96	3,59	5,79	208	3,37	3,395	0,768
<i>Praatprogramma's</i>	4,39	114	2,65	6,11	97	2,51	5,18	211	2,72	1,929	0,000
<i>Journaal, actua en duiding</i>	5,68	114	2,45	7,97	97	2,05	6,73	211	2,55	9,879	0,000
<i>Vlaamse series</i>	4,62	114	2,58	6,44	94	2,62	5,44	208	2,74	0,393	0,000
<i>Buitenlandse soaps</i>	4,35	113	3,15	3,47	94	3,09	3,95	207	3,15	0,047	0,044
<i>Quizprogramma's</i>	5,12	113	2,54	5,32	98	3,07	5,21	211	2,79	6,377	0,624
<i>Koppelprogramma's</i>	3,79	109	3,05	3,17	92	3,09	3,51	201	3,08	0,550	0,159
<i>Eng.Comedy/Familyreeksen</i>	8,26	114	1,97	5,07	94	2,88	6,82	208	2,89	25,664	0,000
<i>Erotische programma's</i>	4,83	102	3,29	3,51	89	2,79	4,21	191	3,13	3,032	0,003
<i>Misdaad- en advocatenseries</i>	6,06	110	3,01	6,11	93	2,73	6,08	203	2,88	1,183	0,914
<i>SF- en fantasyseries</i>	5,30	112	3,02	4,66	91	3,13	5,01	203	3,08	1,003	0,139
<i>Tekenfilmreeksen</i>	6,61	114	2,54	5,09	97	2,73	5,91	211	2,73	1,149	0,000
<i>Sportmagazines</i>	4,98	112	3,42	5,17	95	3,56	5,07	207	3,48	0,241	0,702
<i>Human Interest</i>	5,86	111	2,65	5,38	95	3,00	5,64	206	2,82	3,607	0,227
<i>Klein nieuwsprogramma's</i>	5,60	113	2,51	6,80	96	2,63	6,15	209	2,62	0,054	0,001
<i>Shows</i>	4,63	107	2,64	4,92	95	2,88	4,76	202	2,75	0,848	0,457
<i>Reality TV</i>	6,38	113	2,85	5,45	97	3,16	5,95	210	3,03	1,218	0,027

In *vragenlijst B* werd niet naar de zender specifiek gevraagd, maar werden een aantal televisieprogramma's opgenoemd waarvan de respondenten moesten aanduiden hoe vaak ze naar deze programma's keken. Een frequentietabel hiervan is opgenomen in bijlage 7. Nadat de gemiddelden voor ieder programma per zender opgeteld werden, werden nieuwe gemiddelden berekend die ons iets leren over de kijkfrequentie op basis

van een selectie programma's. Regionale televisie en de muziekzenders TMF en JimTV werden hier echter niet mee in rekening gebracht.

Uit tabel 3.8 blijkt dat jongeren het vaakst naar VT4 kijken en het minst naar Canvas. Ouderen stemmen daarentegen het vaakst af op TV1 en VTM. Canvas, de zender die door de ouders in onderzoek A nog als tweede beste beoordeeld werd, staat slechts op een voorlaatste plaats wat betreft kijkfrequentie in onderzoek B. Het minst vaak kijken de ouders naar Kanaaltwee. Als we kijken naar de verschillen tussen de leeftijdsgroepen onderling merken we op dat de ouderen significant vaker naar TV1 en significant minder vaak naar Kanaaltwee kijken dan de jongeren ($\alpha < .05$). De andere verschillen tussen de gemiddelden waren niet significant.

Tabel 3.8. Kijkfrequentie zenders: gemiddelden ($N_B=210$)

B	<i>jongeren</i>			<i>ouderen</i>			Totaal			T-test	
	Mean	N	SD	Mean	N	SD	Mean	N	SD	F	sign.
<i>TV1</i>	0,90	19	0,49	1,40	19	0,58	1,13	19	0,51	0,350	0,007
<i>Canvas</i>	0,21	10	0,23	0,44	10	0,38	0,31	10	0,28	2,036	0,121
<i>VTM</i>	0,91	17	0,48	1,08	17	0,57	0,99	17	0,51	0,076	0,336
<i>KANTWEE</i>	0,80	6	0,31	0,41	6	0,17	0,63	6	0,24	0,638	0,022
<i>VT4</i>	1,30	7	0,61	0,79	7	0,24	1,07	7	0,42	5,102	0,062

3.3.2. Radio

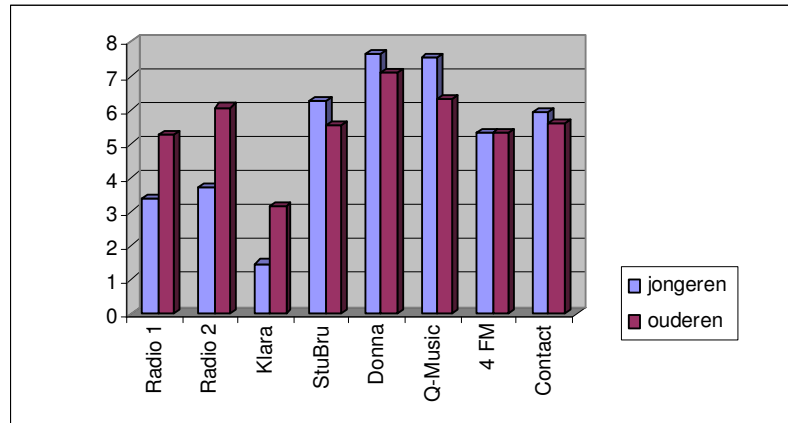
Naar analogie met de televisiezenders, werd in *vragenlijst A* aan de respondenten ook gevraagd acht radiozenders te beoordelen op een schaal van 0 (absoluut slecht) tot 10 (heel goed). Uit de resultaten (zie tabel 3.9) blijkt dat zowel bij de jongeren als de ouders Radio Donna en Q-Music de hoogste scores krijgen. Studio Brussel en Radio 2 nemen bij respectievelijk jongeren en ouderen de derde plaats in. Radio Klara en Radio 1 scoren bij beide groepen het laagst. Verschillen in gemiddelden tussen jongeren en ouderen zijn significant voor Radio 1, Radio 2, Klara en Q-Music ($\alpha < .05$).

Tabel 3.9. Beoordeling van radiozenders op een schaal van 0 tot 10: gemiddelden ($N_A=214$)

A	<i>jongeren</i>			<i>ouderen</i>			Totaal			T-test	
	Mean	N	SD	Mean	N	SD	Mean	N	SD	F	sign.
<i>Radio 1</i>	3,39	100	2,48	5,28	85	2,80	4,26	185	2,79	0,752	0,000
<i>Radio 2</i>	3,71	108	2,56	6,08	88	2,69	4,78	196	2,87	0,004	0,000
<i>Klara</i>	1,48	81	1,96	3,16	51	2,66	2,13	132	2,39	7,668	0,000
<i>StuBru</i>	6,26	113	2,65	5,64	89	2,83	5,99	202	2,74	0,609	0,113

<i>Donna</i>	7,67	115	2,00	7,09	95	2,28	7,41	210	2,14	2,311	0,053
<i>Q-Music</i>	7,54	104	2,10	6,32	81	2,35	7,01	185	2,29	1,966	0,000
<i>4 FM</i>	5,34	77	2,61	5,33	51	3,00	5,34	128	2,76	0,879	0,993
<i>Contact</i>	5,92	107	2,80	5,63	72	2,70	5,80	179	2,76	0,249	0,490

Figuur 3.3. Beoordeling van radiozenders op een schaal van 0 tot 10: gemiddelden ($N_A=214$)



De resultaten van de beoordelingen worden enigszins bevestigd in de luisterfrequentie, die bevraagd werd in *vragenlijst B* (zie tabel 3.10). Zo luistert bijna 70% ($N_{jong}=230$) van de jongeren minstens 3 à 4 keer per week naar Radio Donna. Q-Music en Studio Brussel nemen ook hier de respectievelijke tweede en derde plaats in. Bij de ouderen ($N_{oud}=194$) wordt Donna (63,15%) gevolgd door Radio 2 en Q-Music. De klassieke radio Klara wordt het minst beluisterd: 84,35% van de jongeren en 78,95% van de ouderen luistert er nooit naar. De gemiddelden tussen jongeren en ouderen verschillen significant voor wat betreft Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, Q-Music en Contact ($\alpha < .05$). Een frequentie-tabel van de luisterfrequentie is opgenomen in bijlage 9.

Tabel 3.10. Luisterfrequentie radiozenders: gemiddelden ($N_B=210$)

B	<i>jongeren</i>			<i>ouderen</i>			Totaal			T-test	
	Mean	N	SD	Mean	N	SD	Mean	N	SD	F	sign.
<i>Radio 1</i>	0,83	114	0,97	1,29	95	1,36	1,04	209	1,18	14,799	0,006
<i>Radio 2</i>	0,95	115	1,02	2,01	95	1,61	1,43	210	1,42	52,666	0,000
<i>Klara</i>	0,21	115	0,58	0,34	95	0,81	0,27	210	0,70	5,920	0,184
<i>StuBru</i>	1,98	114	1,41	1,17	93	1,24	1,62	207	1,39	4,264	0,000
<i>Donna</i>	2,80	115	1,31	2,84	95	1,36	2,82	210	1,33	1,149	0,820
<i>Q-Music</i>	2,14	115	1,40	1,53	94	1,43	1,87	209	1,44	0,771	0,002
<i>4 FM</i>	1,03	115	1,29	0,83	93	1,32	0,94	208	1,30	0,048	0,256
<i>Contact</i>	1,24	115	1,28	0,79	95	1,11	1,04	210	1,23	2,970	0,007
<i>Lokale R</i>	0,63	115	1,10	0,66	95	1,05	0,64	210	1,07	0,012	0,804

3.3.3. Magazines

Welk tijdschrift of soort tijdschrift de respondenten het best vonden, werd bevraagd in *vragenlijst A* (zie tabel 3.11). De respondenten konden hier slechts één antwoord omcirkelen. Van de jongeren vindt 20,87% HUMO het beste tijdschrift, gevolgd door lifestylebladen zoals Flair of Feeling (13,91%). Het merendeel van de ouders verkiest dan weer tv-bladen zoals Story of Dag Allemaal (27,27%) boven HUMO (25,25%). De verschillen tussen de jongeren en ouders zijn significant ($df=1$; $p<.01$) voor tv-bladen ($\chi^2=6,829$), natuurtijdschriften en wetenschappelijke tijdschriften ($\chi^2= 7,386$), en hobbybladen ($\chi^2=7,929$).

Tabel 3.11. Verdeling beste tijdschrift, vragenlijst A (N_A=214)

A	jongeren		ouderen		Totaal	
	frequentie	procent	frequentie	procent	frequentie	procent
HUMO	24	20,87	25	25,25	49	22,90
Knack	3	2,61	6	6,06	9	4,21
Joepie	8	6,96	1	1,01	9	4,21
Lifestylebladen (bv. Flair, Feeling, ...)	16	13,91	15	15,15	31	14,49
TV-bladen (bv. Story, Dag Allemaal,...)	15	13,04	27	27,27	42	19,63
Modebladen (bv. Cosmopolitan, Vogue,...)	9	7,83	1	1,01	10	4,67
Sportbladen (bv. Voetbalmagazine, ...)	8	6,96	5	5,05	13	6,07
Natuur en wetenschap. tijdschriften (bv. Eos,...)	3	2,61	12	12,12	15	7,01
Muziekbladen (bv. Oor,...)	2	1,74	0	0,00	2	0,93
Hobbybladen (bv. Netwerk, autogids, ...)	14	12,17	2	2,02	16	7,48
Ik lees nooit tijdschriften	13	11,30	5	5,05	18	8,41
Totaal	115	100,00	99	100	214	100,00

Ook hier werd in de *B-vragenlijst* gevraagd naar de frequentie van het lezen van enkele specifieke tijdschriften. Een frequentietabel hiervan werd opgenomen in bijlage 8. Als we kijken naar de gemiddelden (zie tabel 3.12), dan zien we dat zowel bij de ouders als bij de jongeren HUMO het meest en Dag Allemaal het tweede meest gelezen worden, bij de jongeren gevolgd door TV-blad, bij de ouderen door het lifestyleblad Libelle. De magazines Oor en Vogue worden door beide groepen het minst gelezen. Uit een t-test blijkt bovendien dat jongeren significant ($\alpha<.05$) vaker Joepie, P-Magazine, Netwerk en Ché lezen dan ouderen. De overige verschillen tussen de gemiddelden zijn niet significant.

Tabel 3.12. Leesfrequentie tijdschriften: gemiddelden, vragenlijst B (N_B=210)

B	jongeren			ouderen			Totaal			T-test	
	Mean	N	SD	Mean	N	SD	Mean	N	SD	F	sign.
<i>HUMO</i>	1,37	115	1,44	1,26	95	1,58	1,32	210	1,50	0,919	0,595
<i>Knack</i>	0,61	115	0,94	0,52	95	1,00	0,57	210	0,97	0,007	0,490
<i>Joepie</i>	0,52	115	1,04	0,25	95	0,64	0,40	210	0,89	14,943	0,022
<i>Flair</i>	0,89	115	1,34	0,66	95	1,02	0,79	210	1,21	7,705	0,171
<i>Feeling</i>	0,25	115	0,59	0,37	95	0,68	0,30	210	0,64	4,302	0,194
<i>Story</i>	0,89	115	1,39	0,73	95	1,10	0,81	210	1,26	5,230	0,350
<i>Dag Allemaal</i>	1,30	115	1,64	1,20	95	1,53	1,26	210	1,59	1,930	0,637
<i>Cosmopolitan</i>	0,21	114	0,62	0,08	95	0,31	0,15	209	0,51	13,578	0,058
<i>Vogue</i>	0,07	115	0,26	0,07	95	0,26	0,07	210	0,26	0,053	0,909
<i>P-Magazine</i>	0,84	115	1,23	0,36	95	0,73	0,62	210	1,06	26,234	0,000
<i>Voetbalmagaz</i>	0,47	115	0,88	0,28	95	0,74	0,39	210	0,82	7,615	0,099
<i>Oor</i>	0,03	115	0,23	0,06	95	0,28	0,05	210	0,25	2,516	0,422
<i>Eos</i>	0,21	115	0,54	0,26	94	0,65	0,23	209	0,59	1,114	0,573
<i>Autogids</i>	0,64	115	1,00	0,46	95	0,85	0,56	210	0,94	2,934	0,166
<i>Netwerk</i>	0,56	115	1,00	0,28	95	0,77	0,43	210	0,91	11,350	0,027
<i>TV-blad</i>	1,09	115	1,47	0,78	94	1,38	0,95	209	1,44	1,846	0,121
<i>TV-familie</i>	0,53	115	1,09	0,33	94	0,87	0,44	209	1,00	5,125	0,140
<i>Libelle</i>	0,65	115	1,11	0,82	94	1,16	0,73	209	1,13	0,144	0,291
<i>Ché</i>	0,29	115	0,66	0,14	95	0,35	0,22	210	0,54	18,318	0,036
<i>Menzo</i>	0,17	115	0,50	0,09	95	0,29	0,14	210	0,42	7,943	0,156

3.3.4. Muziek

Het principe waarbij in vragenlijst A naar een beoordeling op een schaal gaande van ‘absoluut slecht’ tot ‘heel goed’ en in vragenlijst B naar de frequentie gevraagd werd, werd ook toegepast bij 31 verschillende muziekgenres.

Wat beoordeling (*vragenlijst A*) betreft zien we dat bij de jongeren de genres soul/r&b, rap/hip hop, house, trance/ambient en hitparademuziek het populairst zijn. Agila, hardcore-gabber en schlagers worden het minst gemaakt. Bij ouderen zijn seventies muziek, sixties muziek, filmmuziek, soul/r&b en rock het populairst. De muziekgenres agila, hardcore-gabber en raï-muziek krijgen de laagste scores. Opmerkelijk is ook dat meer dan 70 % van de respondenten (N_A=214) de muziekgenres agila, raï en ska niet kennen. De verschillen tussen de gemiddelden van beide leeftijdsgroepen waren significant ($\alpha < .05$) voor meer dan de helft van de opgesomde muziekgenres (zie tabel 3.13).

Tabel 3.13. Beoordeling van muziekgenres op een schaal van 0 tot 10: gemiddelden (N_A=214)

A	jongeren			ouderen			Totaal			T-test	
	Mean	N	SD	Mean	N	SD	Mean	N	SD	F	sign.
Jazz/Blues	4,00	109	2,72	4,92	95	2,58	4,43	204	2,69	0,243	0,015
Disco	5,31	111	2,33	5,51	98	2,54	5,40	209	2,43	0,361	0,546
Rap, Hip Hop	6,84	114	2,80	4,28	87	2,70	5,73	201	3,03	0,086	0,000
Rock	5,04	114	3,12	5,55	96	3,07	5,27	210	3,10	0,365	0,230
Klassieke Muziek	2,24	110	2,50	4,43	95	2,99	3,25	205	2,94	6,585	0,000
Folk/Wereldmuz.	2,79	105	2,61	4,51	89	2,82	3,58	194	2,84	1,327	0,000
TOTZ-muziek	2,25	112	2,38	3,97	96	3,23	3,04	208	2,93	16,227	0,000
Techno	5,31	113	3,36	2,98	90	2,69	4,28	203	3,29	9,757	0,000
House	5,64	113	3,07	2,81	93	2,67	4,36	206	3,22	2,401	0,000
Schlagers	1,83	84	2,24	3,10	90	3,01	2,49	174	2,73	12,164	0,002
Heavy Metal	2,61	103	2,94	2,23	81	2,60	2,45	184	2,79	1,583	0,365
Hard Rock	2,88	111	3,09	2,93	91	3,05	2,91	202	3,07	0,005	0,906
Agila	1,29	17	2,28	1,23	22	1,66	1,26	39	1,93	1,195	0,916
Punk/Punkrock	3,35	104	3,21	2,40	80	2,37	2,93	184	2,91	11,824	0,023
Sixties muziek	3,97	108	2,77	6,90	94	2,45	5,34	202	3,01	6,557	0,000
Seventies muziek	4,37	107	2,80	7,13	94	2,37	5,66	201	2,94	10,078	0,000
Alternatieve muziek	4,87	102	3,11	4,19	69	2,76	4,60	171	2,98	1,265	0,141
Filmmuziek	5,37	111	2,73	5,64	96	2,44	5,49	207	2,60	2,029	0,464
Franse chansons	2,09	95	2,22	3,99	90	3,03	3,02	185	2,80	9,286	0,000
Raï	2,24	21	3,24	2,07	30	2,75	2,14	51	2,93	1,264	0,840
Kleinkunst	3,08	73	3,04	4,78	88	3,05	4,01	161	3,15	0,004	0,001
Vlaamse Rock	3,44	101	2,97	4,65	92	2,72	4,02	193	2,91	2,646	0,003
Hardcore-gabber	1,83	100	2,77	2,04	49	2,23	1,90	149	2,60	2,123	0,643
Hardcore-gitaar	1,95	100	2,69	2,31	52	2,36	2,07	152	2,58	0,619	0,420
Funk	3,84	93	2,96	3,32	63	2,69	3,63	156	2,86	1,839	0,265
Hitparademuziek	5,59	109	3,06	5,44	95	2,76	5,52	204	2,91	1,965	0,724
Soul/R&B	7,34	109	2,90	5,61	82	3,05	6,60	191	3,08	0,816	0,000
Reggae	5,13	98	3,00	5,41	79	2,75	5,25	177	2,89	1,474	0,534
Ska	3,54	28	3,86	3,77	26	3,40	3,65	54	3,61	1,524	0,815
Trance/Ambient	5,60	93	3,54	2,79	33	2,70	4,87	126	3,55	7,807	0,000
New Wave	4,26	69	2,89	3,32	50	2,71	3,87	119	2,84	0,417	0,074

De gemiddelde frequenties van het luisteren naar een cd, dvd, cassette of mp3 van de opgesomde muziekgenres komen enigszins overeen met de gemiddelde beoordelingen (*vragenlijst B*). Ook hier staan bij de jongeren rap/hip hop, soul/r&b en house bovenaan. Naar agila, raï en Franse chansons wordt het minst geluisterd. Ook de ouders luisteren het meest naar de muziek die ze goed vinden. Seventies muziek, sixties muziek, hitparademuziek en rock hebben ook hier de hoogste scores. De laagste scores zijn er voor agila, hardcore-gitaar en hardcore-gabber.

Wat de verschillen tussen de generaties betreft merken we ook hier heel wat significante verschillen tussen de gemiddelden ($\alpha < .05$). Als we deze vergelijken tussen beide vragenlijsten merken we op dat hoewel ouders jazz/blues, schlagers, kleinkunst en Vlaamse rock significant als beter beschouwen dan jongeren (onderzoek A), ze er niet

significant meer naar luisteren (onderzoek B). Kortom, we kunnen dus zeggen dat hoewel jongeren schlagers minder kunnen appreciëren, ze er toch niet significant minder naar luisteren dan hun ouders. Omgekeerd zien we ook dat jongeren significant vaker luisteren naar heavy metal, hard rock, alternatieve muziek, filmmuziek, hardcore-gabber, hardcore-gitaar, funk, reggae en new wave, maar deze genres niet significant beter vinden dan de ouders, zoals blijkt uit tabel 3.14. Een frequentietabel voor muziekgenres is opgenomen in bijlage 9.

Tabel 3.14. Luisterfrequentie muziekgenres: gemiddelden (N_B=210)

B	<i>jongeren</i>			<i>ouderen</i>			Totaal			T-test	
	Mean	N	SD	Mean	N	SD	Mean	N	SD	F	sign.
<i>Jazz/Blues</i>	0,58	115	0,88	0,74	95	1,02	0,65	210	0,95	1,830	0,241
<i>Disco</i>	1,50	114	1,26	1,52	95	1,36	1,51	209	1,30	1,614	0,931
<i>Rap, Hip Hop</i>	2,41	114	1,41	0,55	95	1,08	1,56	209	1,57	22,482	0,000
<i>Rock</i>	1,96	114	1,59	1,54	94	1,43	1,77	208	1,53	3,294	0,048
<i>Klassieke muziek</i>	0,48	115	0,79	0,72	95	0,87	0,59	210	0,83	2,127	0,039
<i>Folk/Wereldmuz.</i>	0,31	114	0,84	0,56	94	0,87	0,42	208	0,86	5,216	0,033
<i>TOTZ-muziek</i>	0,61	114	1,12	1,02	95	1,25	0,80	209	1,19	5,224	0,015
<i>Techno</i>	2,12	115	1,37	0,27	95	0,71	1,29	210	1,45	64,143	0,000
<i>House</i>	2,35	115	3,12	0,33	95	0,74	1,43	210	2,56	12,322	0,000
<i>Schlagers</i>	0,29	115	0,66	0,53	95	1,05	0,40	210	0,86	15,092	0,056
<i>Heavy Metal</i>	0,77	115	1,26	0,22	95	0,53	0,52	210	1,04	48,348	0,000
<i>Hard Rock</i>	0,90	115	1,37	0,40	95	0,74	0,68	210	1,15	28,286	0,001
<i>Agila</i>	0,01	115	0,09	0,02	94	0,21	0,01	209	0,15	1,394	0,559
<i>Punk/Punkrock</i>	1,12	114	1,42	0,27	94	0,67	0,74	208	1,22	69,675	0,000
<i>Sixties muziek</i>	1,03	115	1,12	2,11	95	1,24	1,51	210	1,29	2,600	0,000
<i>Seventies muziek</i>	1,10	115	1,13	2,20	95	1,21	1,60	210	1,29	1,304	0,000
<i>Altern. muziek</i>	1,38	115	1,45	0,74	92	1,16	1,10	207	1,37	12,365	0,000
<i>Filmmuziek</i>	1,31	115	0,92	0,88	95	1,15	1,12	210	1,05	1,804	0,003
<i>Franse chansons</i>	0,20	115	0,52	0,48	94	0,92	0,33	209	0,74	26,146	0,010
<i>Rai</i>	0,01	114	0,09	0,08	95	0,45	0,04	209	0,31	12,135	0,114
<i>Kleinkunst</i>	0,49	113	0,87	0,66	95	0,97	0,57	208	0,92	3,017	0,169
<i>Vlaamse Rock</i>	0,89	114	1,24	0,89	94	1,09	0,89	208	1,17	1,855	0,995
<i>Hardcore-gabber</i>	0,47	114	0,91	0,07	95	0,30	0,29	209	0,73	62,114	0,000
<i>Hardcore-gitaar</i>	0,37	114	0,74	0,04	95	0,20	0,22	209	0,59	75,222	0,000
<i>Funk</i>	0,87	114	1,16	0,33	94	0,61	0,63	208	0,99	30,569	0,000
<i>Hitparademuziek</i>	1,77	114	1,47	1,65	95	1,55	1,72	209	1,50	1,307	0,569
<i>Soul/R&B</i>	2,41	113	1,46	1,03	95	1,20	1,78	208	1,51	13,285	0,000
<i>Reggae</i>	1,05	113	1,16	0,60	94	0,87	0,85	207	1,06	4,063	0,001
<i>Ska</i>	0,24	114	0,76	0,09	95	0,33	0,17	209	0,60	12,031	0,072
<i>Trance/Ambient</i>	1,65	114	1,57	0,17	94	0,58	0,98	208	1,43	196,850	0,000
<i>New Wave</i>	0,76	114	1,15	0,23	95	0,55	0,52	209	0,96	39,763	0,000

3.4. Middenveld

Ongeveer drie kwart van de respondenten van *vragenlijst A* ($N_A=214$) is lid van één of meer opgenoemde organisaties of verenigingen. Dit wil zeggen dat ongeveer 25% nergens lid van is. De meeste respondenten zijn lid van slechts één organisatie (27,57%), bijna 50% is lid van twee organisaties, ruim 30% participeert bij drie of meer verenigingen of organisaties. De organisatie of vereniging met het grootst aantal leden is de sportvereniging. Meer dan de helft (50,93%) van de respondenten is er lid van.

Jongeren en ouderen verschillen niet significant met betrekking tot het al dan niet lid zijn van één of meerdere organisaties. Als we kijken naar de organisaties afzonderlijk zien we dat ouders significant vaker vrijwilligerswerk doen dan jongeren ($\chi^2=3,991$; $df=1$; $p<.05$). Jongeren participeren logischerwijs dan weer meer in een jeugdbeweging of jongerenorganisatie ($\chi^2=8,000$; $df=1$; $p<.01$) en in een jeugdhuis of jeugdclub ($\chi^2=26,020$; $df=1$; $p<.01$).

In *vragenlijst B* werd de lijst met organisaties en verenigingen uitgebreid, zowel met een aantal formele als een aantal informele organisaties of verenigingen. We maken in onze analyse van onderzoek B bijgevolg een onderscheid tussen formele en informele middenveldparticipatie. Uit die analyse komt naar voor dat ongeveer 80% van de respondenten ($N_B=210$) participeert aan één of meerdere formele organisaties. Ook hier is de grootste groep actief in slechts één enkele formele organisatie (27,14%). Ongeveer 50% is lid van twee of meer formele organisaties. De formele organisaties of verenigingen die het meest aantal leden tellen in de B-groep zijn een ziekenfonds (50,47%) en sportvereniging (39,04%). De score van ziekenfonds toont aan dat heel wat respondenten zich niet bewust zijn van lidmaatschap van een ziekenfonds. De verschillen tussen de generaties wat betreft het al dan niet participeren aan één of meerdere formele organisaties zijn niet significant.

Wat de informele participatie betreft, zien we dat iets meer dan de helft van de respondenten (54,76%) aangesloten is bij een informele vereniging of club. Ruim één derde is hierbij slechts lid van één enkele vereniging of club, 22,38% is lid van minstens twee informele organisaties. De informele vereniging met het grootst aantal leden is de amateur- of recreatiesportvereniging zoals bijvoorbeeld wandel- en fietsclubs. Bijna een kwart van de respondenten (24,76%) is hier op één of andere manier bij betrokken. Ook

bij informele participatie verschillen de jongeren niet van de ouders betreffende het al of niet participeren aan één of meerdere verenigingen of clubs.

Omdat informele participatie niet enkel verband houdt met verenigingen of clubjes, maar een heel uitgebreid gamma aan activiteiten kan bevatten, werden in vragenlijst B ook een aantal sociale informele en culturele activiteiten opgesomd waarbij de respondenten moesten aangeven hoe vaak zij deze activiteiten tijdens de voorbije zes maanden hebben gedaan. Een frequentietabel hiervan werd opgenomen in bijlage 10.

Naast al dan niet lidmaatschap werd er in beide vragenlijsten ook gevraagd hoeveel tijd men per week aan het verenigingsleven besteedt. Onderstaande tabel 3.15 toont ons dat iets meer dan 40 % van het totaal aantal respondenten (N=424) niet meer dan één uur per week aan het verenigingsleven besteedt. Een goeie 20% besteedt één tot drie uur aan het verenigingsleven, 16 % drie tot vijf uur, terwijl bijna 20% van de respondenten meer dan zes uur aan het verenigingsleven besteedt per week.

Tussen de vragenlijsten onderling zijn er geen significante verschillen. Deze zijn er wel tussen de beide generaties: jongeren besteden significant meer tijd aan het verenigingsleven dan ouderen ($\chi^2=39,414$; $df=5$; $p<.001$). Ook tussen de geslachten zijn er significante verschillen: vrouwen besteden significant minder tijd aan het verenigingsleven dan mannen ($\chi^2=37,319$; $df=5$; $p<.001$).

Tabel 3.15. Tijd besteed aan het verenigingsleven (N=424)

A + B (N=424)	<i>jongeren</i>		<i>ouderen</i>		Totaal	
	frequentie	procent	frequentie	procent	frequentie	procent
0 tot 1 uur per week	75	32,61%	101	52,06%	176	42,34%
1 tot 2 uur per week	23	10,00%	24	12,37%	47	11,19%
2 tot 3 uur per week	20	8,70%	25	12,89%	45	10,80%
3 tot 4 uur per week	17	7,39%	13	6,70%	30	7,05%
4 tot 5 uur per week	28	12,17%	12	6,19%	30	9,18%
> 6 uur per week	67	29,13%	16	8,25%	83	18,69%
Totaal	230	100%	191	98,45%	421	99,23%
missing	0	0%	3	1,54%	3	77,00%
Totaal	230	100%	194	100%	424	100%

3.5. Antipolitieke houding

Vooraleer de scores van de respondenten op de attitude antipolitieke houding toe te lichten, staan we even stil bij de interne consistentie van de gebruikte schalen. De schaal voor het meten van een antipolitieke houding die gebruikt werd in *vragenlijst A* werd overgenomen uit het middenveldonderzoek van Elchardus, Huyse en Hooghe (2000) en heeft bijgevolg zijn bruikbaarheid al bewezen. Om er zeker van te zijn dat deze set van zes uitspraken ook geschikt is voor onze data, werd ze onderworpen aan een factoranalyse. De factoranalyse (zie tabel 3.16) leert ons dat de schaal voor antipolitieke houding in onderzoek A intern consistent is. De cronbach's alpha bedraagt bovendien 0,91, wat wijst op een zeer grote betrouwbaarheid van de schaal.

Tabel 3.16. Factoranalyse antipolitieke houding (vragenlijst A)

	Component
	1
Men moet de politiek gewoon afschaffen en het land laten besturen door wijze mensen	0,84
Zonder politieke partijen zou het in ons land veel beter gaan	0,87
Politici zouden geen minister mogen worden	0,83
Ik heb politiek niet nodig	0,75
Laat het land besturen door experts en specialisten, niet door politici	0,85
Het Parlement is een machteloze praatarak, je kunt het beter afschaffen	0,87
Eigenvalue	4,18
R ²	69,68%
Cronbach's alpha	0,91

Extraction Method: Principal Component Analysis.

In *vragenlijst B* werd geopteerd voor tien alternatieve stellingen. Na omzetting van de positieve uitspraken in negatieve resultaten werd ook op deze set stellingen een factoranalyse uitgevoerd. Uit deze analyse blijkt dat vier van de tien stellingen de achterliggende attitude niet of onvoldoende ondersteunen. Na het weglaten van deze uitspraken werd een nieuwe factoranalyse uitgevoerd op de zes overgebleven uitspraken, wat resulteerde in een consistente set van zes uitspraken met een cronbach's alpha van 0,77, wat meer dan voldoende is (zie tabel 3.17).

Tabel 3.17. Factoranalyse antipolitieke houding (vragenlijst B)

	Component
	1
Pol. partijen zijn alleen geïnteresseerd in de stemmen van mensen, niet in hun mening	0,62
Van zodra ze gekozen zijn, voelen de meeste politici zich te goed voor mensen zoals ik	0,85
Eigenlijk is er geen enkele politicus die ik zou durven vertrouwen	0,75
Politici doen opvallend uitspraken om de aandacht van de kiezer te trekken	0,58
De politici houden zich bezig met dingen waar ze zich niet mee moeten moeien	0,68
Politici doen te weinig voor de zwakken in onze maatschappij	0,59
Eigenvalue	2,82
R ²	47,00%
Cronbach's alpha	0,77

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Om de aanwezigheid van een antipolitieke houding na te gaan, kunnen we dus de waarderingscijfers die aan de diverse uitspraken in beide vragenlijsten gegeven werden, bij mekaar optellen. In onderstaande tabel werden deze scores omgerekend tot een schaal van -10 (helemaal niet antipolitiek ingesteld) over 0 (noch veel noch weinig antipolitiek ingesteld) tot + 10 (sterk antipolitiek ingesteld).

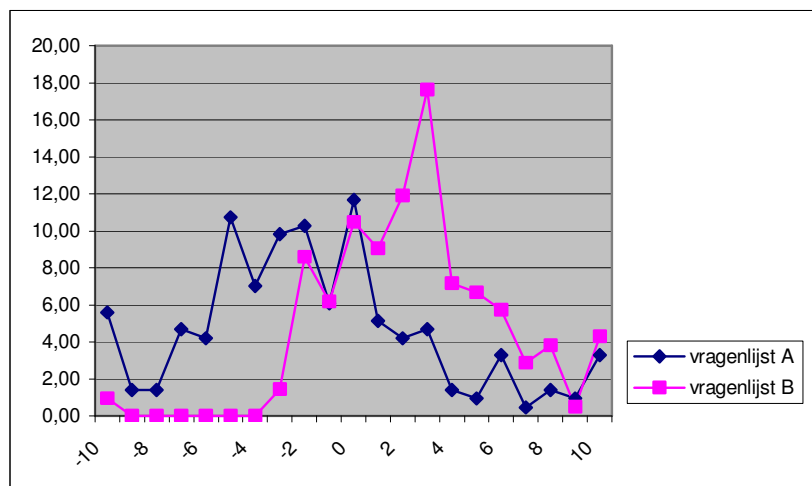
Tabel 3.18. Antipolitieke houding: percentages (N_A=214; N_B=210)

	vragenlijst A			vragenlijst B		
	Algemeen	jongeren	ouderen	Algemeen	jongeren	ouderen
-10	5,61	6,09	5,05	0,95	1,74	0,00
-9	1,40	0,87	2,02	0,00	0,00	0,00
-8	1,40	1,74	1,01	0,00	0,00	0,00
-7	4,67	5,22	4,04	0,00	0,00	0,00
-6	4,21	7,83	0,00	0,00	0,00	0,00
-5	10,75	6,09	16,16	0,00	0,00	0,00
-4	7,01	6,09	8,08	0,00	0,00	0,00
-3	9,81	11,30	8,08	1,43	0,87	2,11
-2	10,28	9,57	11,11	8,57	5,22	12,63
-1	6,07	6,09	6,06	6,19	6,09	6,32
0	11,68	13,04	10,10	10,48	13,04	7,37
1	5,14	5,22	5,05	9,05	12,17	5,26
2	4,21	4,35	4,04	11,90	14,78	8,42
3	4,67	5,22	4,04	17,62	19,13	15,79
4	1,40	0,87	2,02	7,14	6,09	8,42
5	0,93	0,87	1,01	6,67	6,09	7,37
6	3,27	3,48	3,03	5,71	3,48	8,42
7	0,47	0,87	0,00	2,86	2,61	3,16
8	1,40	0,87	2,02	3,81	2,61	5,26
9	0,93	1,74	0,00	0,48	0,87	0,00
10	3,27	1,74	5,05	4,29	2,61	6,32
Totaal	98,60	99,13	97,98	97,14	97,39	96,84
Mean	-1,65	-1,77	-1,51	2,50	2,17	2,89
SD	4,66	4,57	4,79	3,37	3,21	3,53

Als we kijken naar de verdeling van de respondenten over de schaal gebruikt in *vragenlijst A* ($N_A=214$), dan zien we dat ongeveer 60% van de respondenten zich onder het nulpunt bevindt. Dit wil zeggen dat de meerderheid van het totaal aantal respondenten niet antipolitiek ingesteld is. Iets meer dan 10% van de respondenten bevindt zich op het nulpunt van de schaal en zijn dus noch veel, noch weinig antipolitiek ingesteld. Ongeveer een kwart van de respondenten behaalde een positieve score en is dus gematigd tot sterk antipolitiek ingesteld. Noch tussen de generaties, noch tussen de geslachten waren er significante verschillen.

De verdeling van de respondenten over de schaal gebruikt in *vragenlijst A* verschilt vergaand van die van *vragenlijst B* (zie figuur 3.4). Bijna 70% van de respondenten ($N_B=210$) bevindt zich immers boven het nulpunt en heeft bijgevolg een gematigde tot sterke antipolitieke houding. Ongeveer 10 % bevindt zich op het nulpunt, 17,14% is niet antipolitiek ingesteld. We kunnen bijgevolg concluderen dat de schaal gebruikt in *vragenlijst B* veel gevoeliger is voor het meten van een antipolitieke houding, aangezien de overgrote meerderheid van de respondenten hier een positieve score haalt. We dienen hierbij rekening te houden bij verdere interpretaties van de bekomen resultaten. Tussen de leeftijdsgroepen en de geslachten waren er ook hier geen significante verschillen te merken.

Figuur 3.4. Antipolitieke houding naar vragenlijst: percentages



In *vragenlijst B* werd eveneens gevraagd in welke mate de respondenten erop vertrouwen dat de Belgische regering de problemen kan oplossen waar België op dit

moment mee te kampen heeft. In onderstaande tabel 3.19 kunnen we zien dat ongeveer 40 % van de respondenten ($N_B=210$) geen vertrouwen heeft in de regering. Net geen 41% van de respondenten vertrouwt er noch wel, noch niet op. Een minderheid van 14% heeft wel vertrouwen in de regering. Het vertrouwen van de jongeren verschilt niet significant van dat van de ouders. Ook tussen de geslachten zijn de verschillen niet significant.

Tabel 3.19. Vertrouwen in de regering: frequenties ($N_B=210$)

B	<i>jongeren</i>		<i>ouderen</i>		<i>totaal</i>	
	frequentie	procent	frequentie	procent	frequentie	procent
Ik vertrouw er volledig op	1	0,87%	4	4,21%	5	2,38%
Ik vertrouw er eerder op	14	12,17%	11	11,58%	25	11,90%
Ik vertrouw er noch wel, noch niet op	49	42,61%	37	38,95%	86	40,95%
Ik vertrouw er eerder niet op	37	32,17%	30	31,58%	67	31,90%
Ik vertrouw er helemaal niet op	10	8,70%	8	8,42%	18	8,57%
Totaal	111	96,52%	90	94,74%	201	95,71%
missing	4	3,48%	5	5,26%	9	4,29%
Totaal	115	100%	95	100%	210	100,00%

3.6. Onveiligheidsgevoelens

Net zoals bij de attitude ‘antipolitieke houding’ werd ook de interne consistentie van de gebruikte schalen voor het meten van gevoelens van onveiligheid getest aan de hand van een factoranalyse. Uit de factoranalyse voor de schaal gebruikt in onderzoek A blijkt dat deze intern consistent is (zie tabel 3.20). De zeven uitspraken meten allen dezelfde achterliggende attitude. Met een cronbach's alpha van 0,81 kunnen we stellen dat deze schaal voldoende betrouwbaar is voor onze data.

Tabel 3.20. Factoranalyse onveiligheidsgevoelens (vragenlijst A)

	Component
	1
s Avonds moet je op straat extra voorzichtig zijn	0,73
De laatste tien jaar zijn de straten onveiliger geworden	0,79
Uit angst dat ik wordt overvallen sluit ik altijd onmiddellijk mijn wagen als ik instap	0,65
s Avonds en 's nachts doe ik de deur niet open als er gebeld wordt	0,67
In deze tijd is een alarmsysteem geen overbodige luxe	0,64
Het is vandaag de dag te onveilig om kinderen alleen op straat te laten	0,73
De politie en de rijkswacht zijn niet meer in staat ons te beschermen tegen criminelen	0,59
Eigenvalue	3,31
R ²	47,29%
Cronbach's alpha	0,81

Extraction Method: Principal Component Analysis.

In tegenstelling tot de schaal gebruikt in vragenlijst A, is de schaal die gehanteerd wordt in vragenlijst B nooit eerder gebruikt. Na een factoranalyse wordt duidelijk dat één uitspraak de onderliggende attitude onvoldoende ondersteunt. Na het weglaten van deze uitspraak toont een nieuwe analyse ons dat de zeven overblijvende uitspraken een intern consistente schaal vormen met een voldoende grote cronbach's alpha van 0,84.

Tabel 3.21. Factoranalyse onveiligheidsgevoelens (vragenlijst B)

	Component
	1
Ik maak mij vaak zorgen omtrent mijn persoonlijke veiligheid	0,80
Ik maak mij vaak zorgen omtrent de persoonlijke veiligheid van vrienden en familie	0,69
Het is terecht dat mensen angst hebben om het slachtoffer te worden van een misdaad	0,63
Er zijn momenten dat ik 's nachts bang ben om buiten te komen	0,73
Ik maak mij vaak zorgen omtrent de veiligheid van mijn persoonlijke bezittingen	0,72
Er zijn plaatsen of straten waar ik liever niet kom omdat ik er mij onveilig voel	0,64
Ik ben soms bang dat iemand mij op straat zou volgen	0,80
Eigenvalue	3,61
R ²	51,52%
Cronbach's alpha	0,84

Extraction Method: Principal Component Analysis.

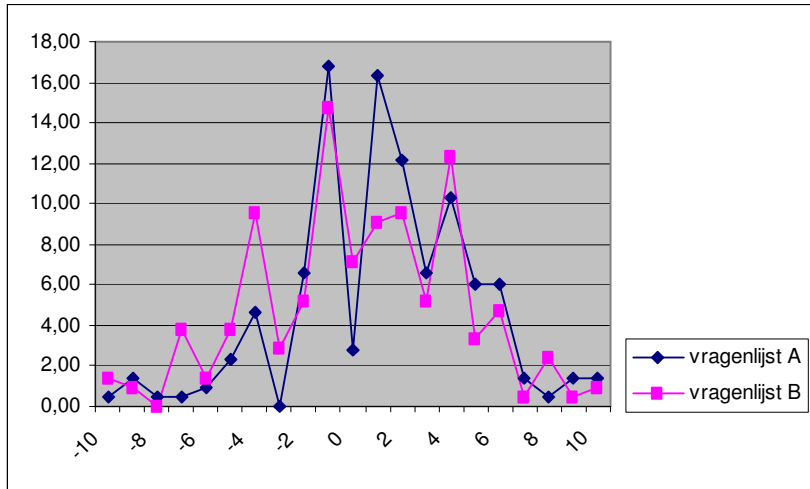
Na optelling van de waarderingscijfers en een herschaling op een schaal van -10 tot 10 (zie tabel 3.22), merken we dat voor *vragenlijst A* iets meer dan 60% ($N_A=214$) van de respondenten zich boven het nulpunt bevindt en zich bijgevolg gematigd tot sterk onveilig voelt. Ongeveer 34% van de respondenten haalt een negatieve score en voelt zich bijgevolg niet onveilig. Net geen 3% voelt zich noch veilig noch onveilig.

Met bijna 50% ($N_B=210$) boven het nulpunt, voelen de respondenten van *vragenlijst B* zich minder onveilig dan de respondenten in de A-groep (zie figuur 3.5). Iets meer dan 7% voelt zich noch veilig, noch onveilig, ruim 43% haalt een positieve score en heeft bijgevolg nauwelijks of geen last van onveiligheidsgevoelens. Tussen de generaties verschillen de gemiddelden niet significant, noch in vragenlijst A, noch in vragenlijst B. Bij de geslachten zien we echter dat vrouwen zich significant onveiliger voelen dan mannen zowel in vragenlijst A ($F=5,096$; $\alpha<.01$) als B ($F=0,557$; $\alpha<.01$).

Tabel 3.22. Onveiligheidsgevoelens: percentages ($N_A=214$; $N_B=210$)

	vragenlijst A			vragenlijst B		
	Algemeen	jongeren	ouderen	Algemeen	jongeren	ouderen
-10	0,47	0,00	1,01	1,43	1,74	1,05
-9	1,40	0,87	2,02	0,95	0,87	1,05
-8	0,47	0,87	0,00	0,00	0,00	0,00
-7	0,47	0,87	0,00	3,81	3,48	4,21
-6	0,93	1,74	0,00	1,43	0,87	2,11
-5	2,34	0,87	4,04	3,81	6,09	1,05
-4	4,67	4,35	5,05	9,52	8,70	10,53
-3	0,00	0,00	0,00	2,86	3,48	2,11
-2	6,54	10,43	2,02	5,24	6,09	4,21
-1	16,82	18,26	15,15	14,76	15,65	13,68
0	2,80	1,74	4,04	7,14	4,35	10,53
1	16,36	18,26	14,14	9,05	6,09	12,63
2	12,15	13,91	10,10	9,52	12,17	6,32
3	6,54	6,09	7,07	5,24	6,09	4,21
4	10,28	10,43	10,10	12,38	13,91	10,53
5	6,07	4,35	8,08	3,33	4,35	2,11
6	6,07	5,22	7,07	4,76	2,61	7,37
7	1,40	0,00	3,03	0,48	0,00	1,05
8	0,47	0,00	1,01	2,38	2,61	2,11
9	1,40	0,87	2,02	0,48	0,00	1,05
10	1,40	0,00	3,03	0,95	0,87	1,05
Totaal	99,07	99,13	98,99	99,52	100,00	98,95
Mean	1,19	0,75	1,70	0,26	0,13	0,41
SD	3,62	3,17	4,04	4,04	4,01	4,09

Figuur 3.5. Onveiligheidsgevoelens naar vragenlijst: percentages



3.7. Politieke voorkeur

Zowel in vragenlijst A als B werd, weliswaar anders geformuleerd, naar de politieke voorkeur van de respondenten gevraagd. In *vragenlijst A* werd gevraagd tot welke politieke partij men zich het meest aangetrokken voelt. Uit tabel 3.23 kunnen we afleiden dat het kartel sp.a-SPIRIT de kroon spant. Bijna 30% van de respondenten voelt zich hiertoe het meest aangetrokken. Iets meer dan een kwart van de respondenten voelt zich tot geen enkele politieke partij aangetrokken, gevolgd door het Vlaams Blok met 15,42% en de CD&V met 12,15%. Wat aantrekkingskracht betreft verschillen de jongeren nergens significant van de ouderen. Als we naar de geslachten kijken, zien we dat vrouwen zich significant meer dan mannen aangetrokken voelen tot sp.a-SPIRIT ($\chi^2=7,886$; $df=1$ $p<.01$; $N_A=215$) en significant minder dan mannen tot het Vlaams Blok ($\chi^2=19,226$; $df=1$ $p<.001$; $N_A=215$).

In *vragenlijst B* werd niet naar de aantrekkingskracht gepeild, maar werd gevraagd op welke partij de respondenten zouden stemmen indien het morgen verkiezingen zouden zijn. Uit de resultaten blijkt dat sp.a-SPIRIT de grootste partij is met 30,00%, nipt gevolgd door het Vlaams Blok met 26,19%. De CD&V haalt de derde plaats met 14,76%, 13,33% van de respondenten zou op geen enkele partij stemmen. Als we kijken naar de verschillen tussen de generaties onderling merken we dat ouderen significant vaker op de CD&V zouden stemmen ($\chi^2=19,56$; $df=1$. $p<.001$; $N_B=210$) dan jongeren. De overige verschillen tussen de generaties waren nergens significant. Tussen de geslachten werd enkel een significant verschil gevonden bij het Vlaams Blok: mannen zouden significant vaker op het Vlaams Blok stemmen dan vrouwen ($\chi^2=4,828$; $df=1$; $p<.05$; $N_B=210$). Te vermelden waard is ook nog dat respondenten van de Beringse scholen significant vaker op het Vlaams Blok zouden stemmen dan de respondenten van de Lummense school ($\chi^2=4,096$; $df=1$. $p<.05$; $N_B=210$). Dit kan verklaard worden door het feit dat het Vlaams Blok in Beringen traditioneel zeer sterk staat.

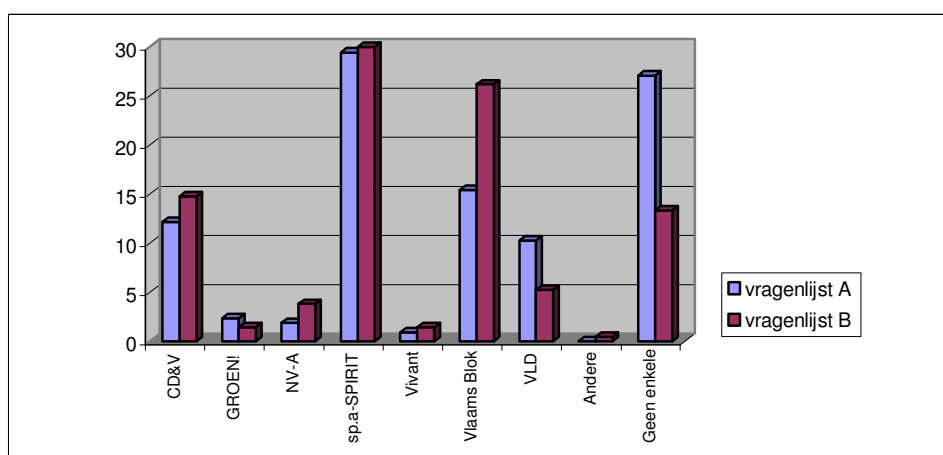
Als we een vergelijking maken tussen de vragenlijsten onderling dan vinden we enkel significante verschillen voor het Vlaams Blok en de categorie 'geen enkele'. Het Vlaams Blok haalt bij de respondenten van vragenlijst B een significant hogere score dan bij de respondenten van vragenlijst A ($\chi^2=8,386$; $df=1$; $p<.01$; $N=424$). Het aantal

respondenten dat ‘geen enkele’ aankruist ligt dan weer significant hoger bij vragenlijst A ($\chi^2=11,443$; $df=1$ $p<.01$; $N=424$). We kunnen deze verschillen verklaren door een verschillende manier van bevraging. Indien gevraagd wordt naar de aantrekkingskracht dan ligt de score voor het Vlaams Blok veel lager dan indien naar het effectieve stemgedrag gepeild wordt. Veel mensen die op het Vlaams Blok stemmen doen dit bijgevolg niet omdat zij zich tot deze partij aangetrokken voelen. Hetzelfde kunnen we zeggen bij de categorie ‘geen enkele’. Ondanks het feit dat heel wat respondenten zich niet aangetrokken voelen tot een bepaalde politieke partij, zouden ze toch niet blanco stemmen en is het percentage voor ‘geen enkele’ dus veel lager bij het vragen naar het effectieve stemgedrag. De verschillen tussen de twee vragenlijsten worden grafisch weergegeven in figuur 3.6.

Tabel 3.23. Politieke voorkeur: percentages (N=424)

	<i>Jongeren</i>			<i>Ouderen</i>			Totaal		
	A	B	Totaal	A	B	Totaal	A	B	Totaal
CD&V	13,04	5,22	9,13	11,11	26,32	18,71	12,15	14,76	13,46
GROEN!	0,87	2,61	1,74	4,04	0,00	2,02	2,34	1,43	1,88
NV-A	2,61	4,35	5,43	1,01	3,16	2,08	1,87	3,81	2,84
sp.a-SPIRIT	30,43	30,43	30,43	28,28	29,47	28,88	29,44	30,00	29,72
Vivant	0,00	0,87	0,43	2,02	2,11	2,06	0,93	1,43	1,18
Vlaams Blok	19,13	31,30	25,22	11,11	20,00	15,56	15,42	26,19	20,81
VLD	7,83	6,96	7,39	13,13	3,16	8,14	10,28	5,24	7,76
Andere	0,00	0,87	0,43	0,00	0,00	0,00	0,00	0,48	0,24
Geen enkele	26,09	15,65	20,87	28,28	10,53	19,40	27,10	13,33	20,22
Totaal	100,00	98,26	99,13	98,99	94,74	96,86	99,53	96,67	98,10
Missing	0,00	1,74	0,87	1,01	5,26	3,14	0,47	3,33	1,90
Totaal	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Figuur 3.6. Politieke voorkeur naar vragenlijst: percentages



3.8. Besluit

In dit derde hoofdstuk werd een beschrijvende analyse gegeven van de verzamelde onderzoeksdata. Eerst en vooral werd er een sociodemografisch beeld geschetst van de 230 jongeren en 194 ouders uit de steekproef. Daarbij werd gekeken of er verschillen bestonden tussen de respondenten die vragenlijst A invulden en zij die vragenlijst B invulden. Uit de analyse bleek dat de gevonden verschillen slechts aan het toeval te wijten waren. Beide groepen respondenten zijn bijgevolg perfect vergelijkbaar.

Vervolgens werd er ruim aandacht besteed aan de verschillende mediavariabelen. Dit gebeurde voornamelijk aan de hand van gemiddelden en frequentietabellen. Respectievelijk t-testen en chi-kwadraattesten moesten nagaan of de gemiddelden en frequenties van de jongeren significant verschilden van deze van de ouderen. Achtereenvolgens kwamen televisie, radio, magazines en muziekgenres aan bod. Participatie aan het middenveld werd behandeld in een volgend punt.

De gebruikte schalen voor het meten van de onderliggende attitudes antipolitieke houding en gevoelens van onveiligheid werden op hun interne consistentie getest door ze te onderwerpen aan een factoranalyse. Na de nodige weglatingen werden twee paar intern consistente schalen bekomen die naargelang de vragenlijst verschilden met betrekking tot gevoeligheid. In een laatste punt ten slotte kwam de politieke voorkeur van de respondenten ter sprake. Hier zagen we dat politieke voorkeur varieert naargelang de manier van bevraging.

4. Analyse onderzoeksvragen

4.1. Inleiding

Nadat in het vorige hoofdstuk een beschrijvende analyse van de resultaten van de survey werd gegeven, zal in het laatste hoofdstuk de analyse uitgevoerd worden die een antwoord moet geven op de vraag welke rol de media spelen in de vorming van clusters van smaken en opvattingen en meer specifiek de verschillende deelvragen zoals die geformuleerd werden in het tweede hoofdstuk.

We zullen met andere woorden onderzoeken of er verschillen bestaan tussen de verschillende mediavorkeuren en het concrete, exacte mediagebruik en gaan na welke verbanden er bestaan tussen mediavorkeur en mediagebruik, participatie aan het verenigingsleven, een antipolitieke houding, gevoelens van onveiligheid en een antidemocratische houding.

De antwoorden op de onderzoeksvragen zullen deels voortkomen uit een vergelijking tussen de resultaten van de verschillende vragenlijsten onderling. Telkens worden eerst de resultaten voortkomend uit onderzoek A weergegeven, vervolgens worden de resultaten van het alternatieve onderzoek B besproken.

4.2. Onderzoeksvraag 1: Bestaan er verschillen tussen de verschillende muziek- en mediavorkeuren (televisie, radio, magazines) en het concrete, exacte muziek- en mediagebruik en kunnen we hierin bepaalde smakenpatronen onderscheiden?

4.2.1. Onderzoek A

Net zoals bij het onderzoek van Siongers en Stevens (2002) werd voor de beoordelingen van televisie- en radiozenders, muziekgenres en soorten televisieprogramma's (vragenlijst A) een factoranalyse uitgevoerd om eventuele samenhangen in zowel media- als andere smaakvoorkeuren te traceren. Bij het uitvoeren van de factoranalyses is gebruik gemaakt van de oblimin rotation methode. We gaan er immers van uit dat er een relatie kan bestaan tussen de onderliggende elementen.

Een probleem bij het uitvoeren van een factoranalyse is het aantal componenten dat uiteindelijk geselecteerd dient te worden. Zoals reeds eerder aan bod kwam, opteelden Siongers en Stevens (2002, p. 70) voor een vierdimensionale ruimte met een alternatieve dimensie, een amusementsdimensie, een viriele en een cultureel correcte dimensie. Omdat in ons onderzoek filmgenres niet bevraagd werden -de viriele dimensie is in het onderzoek van Siongers en Stevens immers een eerder visuele dimensie- en het aantal respondenten veel lager ligt, werd geopteerd voor een factoranalyse¹ met twee componenten of dimensies, samen goed voor een verklaarde variantie van 35,67% bij de jongeren en 46,10% bij de ouderen (zie tabel 4.1).

Bij de *jongeren* vinden we op de eerste dimensie naast de openbare televisiezenders TV1, Canvas en Ketnet de openbare radiozenders Klara en Studio Brussel terug samen met de aan deze radiozenders verwante muziekgenres zoals alternatieve muziek, heavy metal, funk, rock, punk, Vlaamse rock, hardcore-gitaar, techno en klassieke muziek. Verder zijn het ook de genres die bij ouders populair zijn die we in deze dimensie terugvinden. Voorbeelden hiervan zijn onder andere jazz/blues, sixties muziek, seventies muziek, kleinkunst, filmmuziek en Franse chansons. Ook enkele soorten televisieprogramma's zoals misdaad- en advocatenreeksen en kleinnieuwsprogramma's zijn nauw verwant aan de televisiezenders in deze dimensie. De commerciële televisiezenders VT4 en Kanaaltwee hebben samen met het muziekgenre rap/hip hop

¹ De muziekgenres agila, raï en ska werden niet in de analyse opgenomen aangezien deze genres slechts door minder dan 30% van de respondenten ($N_A = 214$) gekend zijn.

een negatieve score en passen dan weer niet in deze dimensie. Naar analogie met het onderzoek van Siongers en Stevens (2002) kunnen we op basis van de elementen in deze dimensie spreken van een combinatie van enerzijds de alternatieve en anderzijds de cultureel correcte dimensie. We spreken bijgevolg over een *alternatief-cultureel correcte dimensie*. Enkel de muziekgenres 'Tien om te Zien-muziek' en disco zijn de enigszins vreemde eenden in de bijt.

Op de tweede dimensie vinden we naast Radio 2 en Donna vooral de commerciële radio- en televisiezenders terug (VT4, Q-Music, Jim TV, VTM, TMF, 4FM en Contact). Ook hier zijn het vaak de met deze zenders geassocieerde muziekgenres (hitparademuziek, house) en soorten televisieprogramma's (reality TV, shows, human interestprogramma's, quizprogramma's, erotische programma's, buitenlandse soaps, koppelprogramma's) die deze dimensie kenmerken. Kleinnieuwsprogramma's komen dan weer in beide dimensies voor. De aanwezigheid van Radio 2 en regionale televisie in deze dimensie kan verklaard worden door de sterke lokale betrokkenheid in deze dimensie, daar waar de eerste dimensie eerder kosmopolitisch genoemd kan worden. Net zoals bij Siongers en Stevens (2002) kunnen we deze dimensie de *amusementsdimensie* noemen.

Bij de *ouders* valt grotendeels eenzelfde onderscheid tussen een alternatief-cultureel correcte dimensie en een amusementsdimensie waar te nemen. Ook hier vinden we de commerciële radio- en televisiezenders samen met de verwante muziekgenres en typische amusementsprogramma's terug in de ene dimensie en de openbare radio- en televisiezenders met de cultureel correcte muziekgenres en aanverwante televisieprogramma's in de andere dimensie.

Toch is het onderscheid tussen beide dimensies veel minder rechtlijnig dan bij de jongeren. Zo vinden we regionale televisie, schlagers, hardcore-gabber en Vlaamse series, samen terug met die elementen die bij de jongeren en in het onderzoek van Siongers en Stevens (2002) de alternatieve of cultureel correcte dimensie vormen. Bovendien halen Donna, Contact, 4FM, quizprogramma's, new wave, hitparademuziek, human interestprogramma's, 'Tien om te Zien-muziek' en funk een hoge lading in zowel de eerste als tweede dimensie.

Tabel 4.1. Structuurmatrix factoranalyse: twee dimensies (jongeren en ouderen)

jongeren	Component		ouderen	Component	
	1	2		1	2
Hard Rock	0,800	-0,326	Reality TV	0,900	0,058
Heavy Metal	0,789	-0,247	Q-Music	0,886	0,106
Funk	0,763	-0,302	Donna	0,857	0,448
Alternatieve muziek	0,749	-0,282	VTM	0,814	0,152
Canvas	0,746	-0,042	Shows	0,795	-0,144
Rock	0,736	-0,167	Erotische programma's	0,771	-0,224
Seventies muziek	0,732	-0,002	Techno	0,752	-0,009
Jazz/Blues	0,730	-0,020	VT4	0,750	-0,067
Punk/Punkrock	0,729	-0,389	Contact	0,748	0,500
Sixties muziek	0,716	-0,060	Quizprogramma's	0,746	0,486
TV1	0,693	0,243	Tekenfilmreeksen	0,743	-0,208
Klassieke Muziek	0,683	-0,376	Disco	0,740	0,222
Kleinkunst	0,650	-0,246	House	0,738	0,291
SF- en fantasyreeksen	0,640	-0,027	KANAALTWEE	0,732	0,022
Vlaamse Rock	0,590	-0,157	Rap, Hip Hop	0,712	0,040
VT4	-0,581	0,507	Eng. Comedy/Familyreeksen	0,671	0,203
Hardcore-gitaar	0,570	-0,049	Reggae	0,669	0,181
KANAALTWEE	-0,537	0,301	Misdaad- en advocatenseries	0,654	0,233
Reggae	0,534	0,024	TMF	0,640	-0,171
Franse chansons	0,522	0,125	New Wave	0,631	0,432
Tekenfilmreeksen	0,510	-0,056	Hitparademuziek	0,609	0,602
Klara	0,492	0,097	Jim TV	0,605	-0,350
Disco	0,485	0,179	Franse chansons	-0,601	0,350
Filmmuziek	0,484	-0,176	4FM	0,561	0,477
Misdaad- en advocatenseries	0,472	0,180	Human Interest-prog.	0,536	0,406
Rap, Hip Hop	-0,462	0,093	Jazz/Blues	-0,529	0,407
Techno	0,451	0,325	Soul/R&B	0,528	-0,165
TOTZ-muziek	0,449	0,376	Trance/Ambient	0,519	0,323
New Wave	0,434	0,321	Koppelprogramma's	0,515	0,132
Ketnet	0,420	0,378	TOTZ-muziek	0,509	0,401
Folk/Wereldmuziek	0,420	0,233	Funk	0,506	0,501
StuBru	0,407	0,097	Sportmagazines	0,486	0,378
Rechtstr. sportuitzendingen	0,356	0,186	SF- en fantasyreeksen	0,348	-0,015
Schlagers	0,352	0,229	Buitenlandse soaps	0,336	0,044
Sportmagazines	0,342	0,184	Sixties muziek	0,119	0,774
Hardcore-gabber	0,311	0,047	Seventies muziek	0,086	0,772
Soul/R&B	-0,298	0,087	Klein nieuws-programma's	0,001	0,762
Journal, actua en duiding	0,280	-0,138	Rock	0,280	0,760
Praatprogramma's	0,160	-0,085	Vlaamse Rock	0,216	0,740
Donna	-0,399	0,793	Hard Rock	0,181	0,713
Reality TV	-0,114	0,765	Radio 2	-0,040	0,696
Klein nieuws-programma's	0,439	0,671	StuBru	-0,134	0,684
Shows	-0,066	0,662	Heavy Metal	0,263	0,680
House	-0,295	0,622	Punk/Punkrock	0,400	0,668
Q-Music	-0,184	0,622	Canvas	-0,208	0,654
Jim TV	-0,358	0,585	Kleinkunst	0,032	0,647
Human Interest-progr.	0,060	0,576	Folk/Wereldmuziek	0,037	0,587
VTM	-0,381	0,576	Radio 1	-0,165	0,581

TMF	-0,326	0,554	TV1	-0,111	0,560
Radio 2	0,052	0,537	Regio tv	0,082	0,548
Regio tv	-0,022	0,526	Schlagers	0,253	0,525
Quizprogramma's	-0,007	0,518	Journal, actua en duiding	0,106	0,515
4FM	0,117	0,492	Ketnet	0,333	0,508
Erotische programma's	0,092	0,485	Vlaamse series	0,218	0,499
Hitparademuziek	0,234	0,471	Praatprogramma's	0,297	0,482
Contact	0,007	0,456	Hardcore-gitaar	0,244	0,461
Buitenlandse soaps	-0,188	0,438	Alternatieve muziek	-0,063	0,445
Koppelprogramma's	-0,235	0,428	Filmmuziek	-0,174	0,439
Trance/Ambient	0,240	0,366	Hardcore-gabber	0,374	0,405
Vlaamse series	0,031	0,353	Klassieke Muziek	-0,255	0,401
Radio 1	0,025	0,308	Rechtstr.sportuitzendingen	0,241	0,265
Eng. Comedy/Familyreeksen	-0,055	0,139	Klara	0,012	0,240
Eigenvalue	14,05	8,06	Eigenvalue	17,53	11,04
Verklaarde variantie	22,67%	13,00%	Verklaarde variantie	28,28%	17,81%

Extraction Method: Principal Component Analysis (**Coefficient >.400**)

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization

Eveneens werd nagegaan of bepaalde tijdschriften of soorten tijdschriften tot een bepaalde dimensie behoren. Dit gebeurde aan de hand van een t-test voor gemiddelden². Uit de resultaten blijkt dat tijdschriften als HUMO, Knack, natuurwetenschappelijke tijdschriften en muziekbladen te situeren vallen binnen de alternatief-cultureel correcte dimensie. Zo zien we bij wijze van voorbeeld dat mensen met een voorkeur voor HUMO de openbare zenders (TV1, Canvas, Ketnet), jazz/blues, (Vlaamse) rock, klassieke muziek, kleinkunst, hardcore-gitaar en funk immers significant beter beoordelen dan de respondenten zonder voorkeur voor HUMO. De commerciële televisiezenders, Donna, Q-Music, rap/hip hop, 'Tien om te Zien-muziek', buitenlandse soaps, quizprogramma's, koppelprogramma's, human interestprogramma's, shows en reality TV worden significant als slechter beoordeeld.

TV-bladen en lifestylebladen kunnen we dan weer associëren met de amusementsdimensie: respondenten met een preferentie voor deze bladen beoordelen onder andere VTM, Kanaaltwee, Donna, 'Tien om te Zien-muziek' en koppelprogramma's significant beter dan mensen zonder voorkeur voor dergelijke bladen.

Op basis van deze resultaten kunnen we zeggen dat de gelijkenis met eerder onderzoek treffend is. De resultaten van het A-onderzoek bevestigen in zekere mate de resultaten uit het onderzoek van Siongers en Stevens (2002). Er valt bijgevolg, op enkele

² Tabellen met bijhorende F-waarden en significantieniveaus zijn opgenomen in Bijlage 12.

uitzonderingen bij de ouderen na, een duidelijke scheiding waar te nemen tussen enerzijds cultureel-correcte media en anderzijds amusementsmedia. We vergelijken deze resultaten vervolgens met de resultaten uit het B-onderzoek waarin het concrete media- en muziekgebruik bevestigd werd.

4.2.2. Onderzoek B

In plaats van te werken met een factoranalyse die naar een onderliggende dimensie zoekt, werd in het B-onderzoek in een eerste fase gebruik gemaakt van correlaties die verbanden tussen de kijk-, lees- en luisterfrequenties moesten nagaan. Meer specifiek onderzochten we de verbanden tussen de vijf Vlaamse televisiezenders (TV1, Canvas, VTM, Kanaaltwee, VT4) en een twintigtal tijdschriften, negen radiozenders, een dertigtal muziekgenres en de vijf televisiezenders zelf. Dit gebeurde ook hier zowel voor jongeren als ouderen.

In een tweede fase werd nagegaan in welke mate de respondenten een omnivoorsmakenpatroon hebben door het concrete mediagebruik van naderbij te bekijken. Hierbij werd ook gekeken in welke mate we bij televisie kunnen spreken van een zapcultuur. Bij deze analyse van het B-onderzoek is voornamelijk gebruik gemaakt van frequentietabellen op basis van nieuw gecreëerde variabelen.

Met betrekking tot de *jongeren* kunnen we uit onderstaande correlatiematrix (tabel 4.2) afleiden dat er positieve correlaties bestaan tussen de openbare en commerciële zenders onderling. Mensen die vaak naar TV1-programma's kijken, kijken met andere woorden vaker naar Canvasprogramma's dan mensen die minder naar TV1-programma's kijken. Jongeren die vaker naar VTM kijken, kijken meer naar Kanaaltwee en VT4 dan jongeren die minder naar VTM kijken. Gelijksortige positieve correlaties bestaan er tussen de tijdschriften Knack, HUMO en de openbare zenders en tussen Joepie, Flair, Story, Dag Allemaal, TV-familie, Libelle en de commerciële zenders. Merkwaardig is de positieve samenhang die bij jongeren bestaat tussen de mannenbladen P-Magazine en Menzo en het kijken naar Canvas.

Ook wat de radiozenders betreft is bij de jongeren de scheiding tussen commerciële en openbare zenders duidelijk. Jongeren die vaker naar de openbare netten luisteren, kijken ook vaker naar de openbare televisiezenders. Het omgekeerde geldt voor de

luisteraars van de commerciële radiozenders. Twee uitzonderingen hierop zijn Klara en Donna: Klara correleert merkwaardig genoeg enkel positief met VT4, Donna met VTM en VT4.

Kijken we naar de muziekgenres, dan merken we op dat een meerderheid van de genres die in het A-onderzoek tot de alternatief-cultureel correctie dimensie behoren ook in deze analyse positief correleren met één van of beide openbare zenders. Muziekgenres die met de commerciële zender VTM positief correleren zijn ‘Tien om te Zien-muziek’, hitparademuziek en soul/r&b. Met een positieve correlatie tussen Kanaaltwee en rock, rap/hip hop, punk, sixties en seventies muziek, neigen de jonge Kanaaltwee-kijkers qua luisterfrequentie eerder naar de alternatieve dimensie dan naar de amusementsdimensie. Met VT4 correleren enkel rap/hip hop, filmmuziek en soul/r&b significant positief.

Tabel 4.2. Correlatiematrix media- en muziekgebruik: jongeren

	TV1	Canvas	VTM	KANAALTWEE	VT4
TV1	1,000	0,540 **	-0,032	0,112	0,061
Canvas	0,540 **	1,000	-0,028	0,150	0,051
VTM	-0,032	-0,028	1,000	0,353 **	0,366 **
KANAALTWEE	0,112	0,150	0,353 **	1,000	0,539 **
VT4	0,061	0,051	0,366 **	0,539 **	1,000
HUMO	0,308 **	0,255 **	-0,212 *	-0,179	-0,062
Knack	0,221 *	0,192 *	-0,252 **	0,074	0,122
Joepie	-0,078	0,007	0,329 **	0,141	0,409 **
Flair	-0,083	-0,030	0,202 *	0,169	0,351 **
Feeling	-0,010	0,106	0,019	0,065	0,211 *
Story	0,042	0,015	0,370 **	0,390 **	0,394 **
Dag Allemaal	-0,069	-0,056	0,301 **	0,186 *	0,143
Cosmopolitan	-0,033	0,175	0,160	0,059	0,232 *
Vogue	0,018	0,100	0,137	0,166	0,171
P-Magazine	0,107	0,211 *	0,114	-0,070	0,042
Voetbalmagazine	0,027	0,118	0,138	-0,022	0,078
Oor	0,048	0,022	-0,076	-0,071	0,015
Eos	0,116	0,390 **	0,048	0,101	0,061
Autogids	-0,109	-0,020	0,003	-0,102	0,157
Netwerk	-0,045	0,224 *	0,067	0,158	0,229 *
TV-blad	-0,004	-0,154	0,132	0,180	0,286 **
TV-familie	-0,109	-0,052	0,405 **	0,264 **	0,311 **
Libelle	0,157	0,133	0,256 **	0,228 *	0,370 **
Ché	0,077	0,156	0,070	-0,098	0,152
Menzo	0,100	0,222 *	0,012	-0,024	0,055
Radio 1	0,245 *	0,259 **	-0,126	0,006	0,172
Radio 2	0,248 **	0,039	-0,004	-0,002	0,135
Klara	-0,153	-0,042	-0,080	-0,079	0,187 *
StuBru	0,343 **	0,289 **	-0,304 **	0,012	0,036
Donna	0,078	-0,053	0,261 **	0,103	0,227 *
Q-Music	0,094	0,068	0,267 **	0,256 **	0,299 **
4FM	0,139	0,102	0,291 **	0,125	0,347 **
Contact	-0,141	-0,098	0,263 **	0,220 *	0,344 **
Lokale radio	0,034	-0,084	-0,058	-0,079	0,249 **
Jazz/Blues	0,085	-0,002	-0,005	0,098	0,125
Disco	0,104	0,039	0,046	0,025	0,125
Rap, Hip Hop	-0,043	0,011	0,171	0,187 *	0,415 **
Rock	0,311 **	0,133	-0,154	0,241 **	-0,047
Klassieke muziek	0,198 *	0,204 *	-0,184	-0,039	-0,020
Folk/Wereldmuziek	0,036	0,058	-0,117	-0,003	-0,020
TOTZ-muziek	0,005	-0,019	0,292 **	0,165	0,130
Techno	0,158	0,059	-0,064	-0,087	0,047
House	0,056	-0,009	-0,038	0,143	0,079

Schlagers	0,223 *	0,121	0,143	0,141	0,010
Heavy Metal	0,000	-0,020	-0,184	0,131	-0,079
Hard Rock	0,079	0,056	-0,215 *	0,182	-0,032
Agila	-0,076	-0,072	-0,054	-0,059	0,072
Punk/Punkrock	0,202 *	0,188 *	-0,162	0,184 *	0,001
Sixties muziek	0,300 **	0,249 **	0,040	0,259 **	0,071
Seventies muziek	0,316 **	0,246 **	0,004	0,254 **	0,067
Alternatieve muziek	0,278 **	0,171	-0,131	0,136	-0,053
Filmmuziek	0,109	0,034	0,144	0,149	0,193 *
Franse chansons	0,227 *	0,370 **	-0,113	-0,037	-0,046
Rai	0,035	-0,004	0,050	-0,017	-0,071
Kleinkunst	0,279 **	0,211 *	0,038	-0,028	0,034
Vlaamse Rock	0,325 **	0,163	-0,192 *	0,030	-0,045
Hardcore-gabber	0,084	0,143	-0,116	0,022	-0,081
Hardcore-gitaar	0,098	0,009	-0,108	0,130	-0,020
Funk	0,384 **	0,352 **	-0,220 *	0,022	-0,003
Hitparademuziek	0,269 **	0,071	0,248 **	0,123	0,039
Soul/R&B	-0,003	-0,080	0,212 *	0,152	0,279 **
Reggae	0,277 **	0,218 *	-0,131	-0,003	0,093
Ska	0,058	0,016	-0,244 *	-0,103	-0,122
Trance/Ambient	0,222 *	0,153	-0,044	-0,002	0,040
New Wave	0,225 *	0,211 *	-0,047	0,018	0,045

** Correlation is significant at the 0.01 level

* Correlation is significant at the 0.05 level

Ook in het B-onderzoek is voor de *oudere generatie* het onderscheid tussen amusement en cultureel-correct mediagebruik minder rechtlijnig (zie tabel 4.3). Naast de gekende correlatie tussen openbare en commerciële zenders onderling merken we bij de ouders ook positieve correlaties tussen Canvas, VT4 en Kanaaltwee. Hoewel deze zenders zich wat betreft beoordeling in onderzoek A nog duidelijk in twee dimensies situeren, zien we nu dat mensen die vaak naar Canvas kijken naast TV1 ook significant vaker naar VT4 en Kanaaltwee kijken. Andere opmerkelijke verschillen met de jongeren zijn de positieve correlatie tussen Radio 2 en VTM en het verdwijnen van de correlaties tussen Donna, VTM en VT4. Ook het positieve verband tussen Klara en VT4 bij de jongeren is bij de ouderen volledig verdwenen, net zoals de correlaties tussen het lezen mannenbladen en het kijken naar Canvas.

Aangaande muziekgenres vinden we bij de ouders heel wat minder significante correlaties, wat kan wijzen op een meer omnivoor muziekgebruik. Bij TV1 bestaan er enkel positieve correlaties met kleinkunst, Vlaamse rock en hardcore-gitaar. De op het eerste zicht vreemde vaststelling in het A-onderzoek dat schlagers in eenzelfde dimensie voorkomen als Canvas wordt bevestigd in het B-onderzoek: er bestaat namelijk een positieve samenhang tussen het luisteren naar schlagers en het kijken naar Canvas. Andere positieve verbanden zijn er tussen VTM en ‘Tien om te Zien-muziek’, filmmuziek en hitparademuziek, tussen house en Kanaaltwee en tussen disco, rap/hip hop, techno, house, filmmuziek en VT4.

Tabel 4.3. Correlatiematrix media- en muziekgebruik: ouderen

	TV1	Canvas	VTM	KANAALTWEE	VT4
TV1	1,000	0,514 **	0,020	-0,091	0,140
Canvas	0,514 **	1,000	0,048	0,232 *	0,217 *
VTM	0,020	0,048	1,000	0,211 *	0,308 **
KANAALTWEE	-0,091	0,232 *	0,211 *	1,000	0,436 **
VT4	0,140	0,217 *	0,308 **	0,436 **	1,000
HUMO	0,450 **	0,420 **	-0,271 *	-0,148	-0,099
Knack	0,370 **	0,517 **	-0,104	-0,065	-0,161
Joepie	-0,026	0,001	0,149	0,082	0,024
Flair	0,036	-0,008	0,218 *	0,164	0,237 *
Feeling	0,073	0,067	0,122	0,075	0,124
Story	-0,002	-0,079	0,329 **	0,065	0,151
Dag Allemaal	0,023	-0,004	0,316 **	0,072	0,046
Cosmopolitan	0,029	0,214 *	0,048	0,114	0,032
Vogue	0,122	0,258 *	0,212 *	0,182	0,060
P-Magazine	0,078	0,033	0,129	0,035	0,203
Voetbalmagazine	-0,066	0,013	0,057	0,082	-0,059
Oor	-0,010	0,275 **	0,193	0,235 *	0,106
Eos	0,163	0,104	0,195	-0,072	-0,075
Autogids	-0,163	0,008	-0,102	0,065	0,018
Netwerk	0,058	0,277 **	0,101	0,175	-0,048
TV-blad	0,178	0,028	-0,003	0,049	0,233 *
TV-familie	-0,135	-0,015	0,208	0,100	0,134
Libelle	0,286 **	0,087	0,106	-0,004	0,330 **
Ché	0,102	0,123	0,039	-0,030	0,027
Menzo	0,110	0,128	0,073	-0,061	0,072
Radio 1	0,176	0,214 *	-0,216 *	-0,198	-0,203
Radio 2	0,381 **	0,073	0,235 *	-0,351 **	-0,074
Klara	0,228 *	0,220 *	0,098	-0,042	-0,049
StuBru	0,082	0,232 *	-0,107	-0,016	0,037
Donna	0,074	-0,046	-0,015	-0,016	0,190
Q-Music	-0,090	-0,106	0,109	0,378 **	0,280 **
4FM	-0,177	0,049	0,090	0,101	0,253 *
Contact	-0,226 *	-0,057	0,249 *	0,241 *	0,392 **
Lokale radio	0,145	0,111	0,255 *	-0,107	0,247 *
Jazz/Blues	0,080	0,058	-0,059	-0,080	0,056
Disco	-0,147	-0,190	0,065	0,024	0,208 *
Rap, Hip Hop	-0,082	-0,118	0,077	0,171	0,423 **
Rock	0,015	-0,065	-0,024	-0,020	0,058
Klassieke muziek	0,073	-0,020	-0,060	-0,148	-0,121
Folk/Wereldmuziek	-0,063	-0,041	-0,125	-0,125	-0,201
TOTZ-muziek	0,023	0,080	0,384 **	0,126	0,168
Techno	-0,028	0,132	0,066	0,059	0,225 *
House	-0,180	0,000	-0,093	0,245 *	0,296 **
Schlagers	0,044	0,244 *	0,143	0,080	-0,005
Heavy Metal	0,048	0,106	-0,023	-0,097	0,065
Hard Rock	0,133	0,122	-0,150	0,040	0,010
Agila	0,027	0,401 **	0,223 *	0,187	0,192
Punk/Punkrock	0,141	0,197	-0,052	-0,052	0,066
Sixties muziek	0,155	0,169	0,185	0,080	0,103
Seventies muziek	0,129	0,135	0,201	0,073	0,104
Alternatieve muziek	-0,010	0,042	0,032	-0,035	0,058
Filmmuziek	0,038	0,185	0,310 **	0,007	0,224 *
Franse chansons	0,102	-0,033	-0,131	-0,097	-0,111
Rai	-0,119	-0,050	-0,136	-0,013	-0,094
Kleinkunst	0,305 **	0,003	0,004	-0,069	-0,096
Vlaamse Rock	0,245 *	-0,024	0,072	-0,130	-0,063
Hardcore-gabber	0,105	0,143	0,084	0,159	0,083
Hardcore-gitaar	0,218 *	0,136	0,071	0,192	0,050
Funk	0,186	0,125	-0,102	0,057	0,146
Hitparademuziek	0,110	-0,162	0,282 **	-0,088	0,133
Soul/R&B	0,082	-0,031	-0,060	-0,048	0,191
Reggae	-0,027	-0,024	-0,024	-0,026	0,091
Ska	-0,076	0,071	-0,115	0,115	0,038
Trance/Ambient	0,031	0,074	-0,026	-0,047	-0,034
New Wave	0,021	0,124	-0,141	0,018	-0,030

** Correlation is significant at the 0.01 level

* Correlation is significant at the 0.05 level

Op basis van de resultaten van het B-onderzoek, waarin gepeild werd naar het concrete media- en muziekgebruik, kunnen we stellen dat vooral bij de jongeren het concrete mediagebruik nauwelijks of in kleine mate verschilt van de beoordelingen, waarnaar gevraagd werd in het A-onderzoek. Jongeren kijken voornamelijk meer naar de zenders die ze goed vinden, luisteren vaker naar de radiozenders en muziekgenres die ze goed vinden en lezen vaker de magazines waarvoor ze een voorkeur hebben. We kunnen hierbij, op enkele uitzonderingen na, naar analogie met het onderzoek van Siongers en Stevens twee smakenpatronen onderscheiden. Enerzijds is er de combinatie van een alternatieve en een cultureel-correcte dimensie, anderzijds is er een amusementsdimensie. Beide dimensies bestaan bij jongeren zowel wat mediavorkeur als mediagebruik betreft.

Hoewel ze veel minder rechtlijnig is, kunnen we deze opdeling ook gebruiken voor de mediavorkeuren van ouderen (onderzoek A). Met betrekking tot televisiegebruik specifiek gaat dit al wat moeilijker. Onderzoek B wijst immers uit dat er geen scheiding bestaat tussen het cultureel correcte Canvas en twee commerciële zenders (VT4 en Kanaaltwee). De opsplitsing in een alternatief-cultureel correcte en amusementsdimensie is voor televisiezenders bijgevolg niet mogelijk. Dit bevestigt enigszins de stelling van De Meyer (2003) dat het concrete kijkgedrag danig verschilt van de zendervoorkeur.

Dat de respondenten een tamelijk omnivoer smakenpatroon hebben kunnen we ook bewijzen aan de hand van enkele frequenties van concreet mediagebruik. In vragenlijst B moesten de respondenten immers aanduiden hoe vaak ze naar een bepaald televisieprogramma keken, hoe vaak ze een bepaalde radiozender of muziekgenre beluisterden en hoe vaak ze een bepaald tijdschrift lazen. Hieruit werden enkele nieuwe variabelen getrokken die ons iets leerden over het concreet mediagebruik en het bestaan van een zapcultuur (zie bijlage 14).

Wat televisiezenders betreft wordt het bestaan van een zapcultuur overduidelijk bevestigd door Tabellen 4.4, 4.5 en 4.6. Bijna 90% van de respondenten ($N_B=210$) kijkt zowel naar openbare als commerciële zenders. Slechts 3,33% kijkt enkel en alleen naar openbare zenders, 7,14% enkel en alleen naar commerciële zenders. Daarenboven kijkt meer dan 80 % van de respondenten zowel naar TV1 als VTM. Dit wil zeggen dat van al de TV1-kijkers (91,42%) bijna 90% ook naar VTM-programma's kijkt. Slechts 6,19% van het totaal aantal respondenten kijkt enkel VTM, 9,52% enkel TV1. Eenzelfde, hoewel minder indrukwekkende trend vinden we terug tussen VTM en Canvas. Ruim

40% van de respondenten kijkt zowel Canvasprogramma's als VTM-programma's. Van de VTM-kijkers (88,1%) kijkt dus ongeveer 46% ook naar Canvas. Bijna 6% zegt enkel en alleen naar Canvas te kijken. Hierbij moeten we echter rekening houden met het feit dat in de lijst met televisieprogramma's geen (rechtstreekse) sportuitzendingen werden opgenomen, programma's die gewoonlijk de meeste kijkers lokken. In werkelijkheid kan het percentage VTM-kijkers dat ook naar Canvas kijkt dus nog veel hoger liggen.

Tabel 4.4. Kijken naar openbare en/of commerciële zenders: frequenties³

	frequentie	procent
Kijkt noch openbare, noch commerciële zenders	2	0,95
Kijkt enkel openbare zenders	7	3,33
Kijkt enkel commerciële zenders	15	7,14
Kijkt zowel openbare als commerciële zenders	186	88,57
Totaal	210	100,00

Tabel 4.5. Kijken naar VTM en/of TV1: frequenties⁴

	frequentie	procent
Kijkt noch VTM noch TV1	5	2,38%
Kijkt enkel TV1	20	9,52%
Kijkt enkel VTM	13	6,19%
Kijkt zowel TV1 als VTM	172	81,90%
Totaal	210	100,00%

Tabel 4.6. Kijken naar VTM en/of Canvas : frequenties⁵

	frequentie	procent
Kijkt noch VTM noch Canvas	13	6,19%
Kijkt enkel Canvas	12	5,71%
Kijkt enkel VTM	100	47,62%
Kijkt zowel Canvas als VTM	85	40,48%
Totaal	210	100,00%

We kunnen het bestaan van een zapcultuur verder illustreren aan de hand van enkele concrete televisieprogramma's. We maken bijvoorbeeld de vergelijking tussen het VT4-programma Extreme Makeover en het Canvasprogramma Panorama, twee totaal verschillende programma's op twee totaal verschillende zenders. Toch zien we dat van

³ De categorieën 'nooit' en 'bijna nooit' werden hierbij weggelaten.

⁴ Idem 3.

⁵ Idem 3.

de 18,57% Panoramakijkers er 5,71% ook minstens 1 keer per maand naar Extreme Makeover kijken. Dit wil zeggen dat bijna één op drie minstens één keer per maand naar beide programma's kijkt. De samenhang tussen Canvas en VT4, zoals die gevonden werd in het B-onderzoek bij ouderen (cfr. supra), wordt hier dus bevestigd met een concreet voorbeeld.

Ook inzake nieuwsuitzendingen, zijn heel wat respondenten niet standvastig. Ongeveer 44% van de respondenten kijkt minstens één keer per week zowel naar het VTM-nieuws als het VRT-journaal. Iets meer dan 7% kijkt zelfs (bijna) dagelijks naar beide journaals. Te vermelden waard is ook nog dat van de bijna 28% Koppen-kijkers (TV1) er meer dan 20% ook naar Telefacts (VTM) kijken. Dit is meer dan drie kwart. Tabellen van deze en andere voorbeelden met betrekking tot televisieprogramma's werden opgenomen in bijlage 12.

We kunnen hetzelfde principe nu ook toepassen voor radiozenders, tijdschriften en muziekgenres. Hiervoor vergeleken we telkens twee radiozenders, tijdschriften of genres waarvan de één tot de zogenaamde amusementsdimensie behoorde en de ander tot de zogenaamde cultureel-correcte dimensie.

Een vergelijking tussen Studio Brussel en radio Donna toont ons dat van de 44,76% respondenten die minstens één keer per week naar Studio Brussel luistert 38,57% minstens één keer per week ook naar Donna luistert (zie tabel 4.7). Dit is bijna 9 op 10. Slechts 6,19% luistert enkel en alleen naar Studio Brussel, 40,00 % enkel en alleen naar Donna. Wat de vergelijking tussen Radio 1 en Contact betreft, zijn de percentages minder spectaculair. Niettemin luistert meer dan een kwart van de Radio1-luisteraars minstens één keer per week ook naar Contact. 17,62% luistert enkel Radio1, 20,00% enkel Contact (zie tabel 4.8). Op basis van deze cijfers kunnen we bijgevolg vaststellen dat ook inzake radiogebruik, mensen niet standvastig naar slechts één zender luisteren.

Tabel 4.7. Luisteren naar Studio Brussel en/of Donna: frequenties

	frequentie	procent
Luistert noch Studio Brussel, noch Donna	29	13,81%
Luistert enkel Studio Brussel	13	6,19%
Luistert enkel Donna	84	40,00%
Luistert zowel Studio Brussel als Donna	81	38,57%
Totaal	207	98,57%
Missing	3	1,43%
Totaal	210	100,00%

Minstens één keer per week

Tabel 4.8. Luisteren naar Radio 1 en/of Contact: frequenties

	frequentie	procent
Luistert noch Radio1, noch Contact	115	54,76%
Luistert enkel Radio1	37	17,62%
Luistert enkel Contact	42	20,00%
Luistert zowel Radio1 als Contact	15	7,14%
Totaal	209	99,52%
Missing	1	0,48%
Totaal	210	100,00%

Minstens één keer per week

Bij de tijdschriften werd een vergelijking gemaakt tussen HUMO en Dag Allemaal enerzijds (zie tabel 4.9) en Knack en P-Magazine anderzijds (zie tabel 4.10). Bijna 6% van de respondenten leest zowel HUMO als Dag Allemaal, dat is bijna één op vijf HUMO-lezers. 26,19% leest enkel HUMO, 23,81% enkel Dag Allemaal. Eenzelfde trend zien we bij de vergelijking Knack- P-Magazine. Ook daar leest ongeveer één op vijf Knack-lezers minstens één keer per maand het mannenblad P-Magazine. Als we enkel naar de mannelijke lezers kijken, is dat zelfs één op drie. 26,19% van de respondenten leest enkel HUMO, 23,81% enkel en alleen Dag Allemaal. Hoewel de percentages voor de hier behandelde tijdschriften lager zijn als voor televisie en radio, stellen we toch vast dat mensen zich ook hier niet beperken tot één enkel tijdschrift of magazine.

Tabel 4.9. Lezen van HUMO en/of Dag Allemaal: frequenties

	frequentie	procent
Leest noch HUMO, noch Dag Allemaal	93	44,29%
Leest enkel HUMO	55	26,19%
Leest enkel Dag Allemaal	50	23,81%
Leest zowel HUMO als Dag Allemaal	12	5,71%
Totaal	210	100,00%

minstens één keer per maand

Tabel 4.10. Lezen van Knack en/of P-Magazine: frequenties

	frequentie	procent
Leest noch Knack, noch P-Magazine	157	74,76%
Leest enkel Knack	19	9,05%
Leest enkel P-Magazine	29	13,81%
Leest zowel Knack als P-Magazine	5	2,38%
Totaal	210	100,00%

minstens één keer per maand

Ook voor muziekgenres ten slotte, werden een aantal genres uit de amusementsdimensie en alternatief-cultureel correcte dimensie (cfr. supra) met elkaar vergeleken. We kozen hierbij voor volgende combinaties: rock en house, klassieke muziek en hitparademuziek, en jazz/blues en ‘Tien om te Zien-muziek’. Uit onderstaande tabellen blijkt dat ook in het geval van muziekgenres mensen wel eens uit hun smakencluster of dimensie treden.

Iets minder als 20% van de respondenten luistert⁶ zowel naar rockmuziek als house, 32,38% enkel naar rockmuziek, 16,67% enkel naar house (zie tabel 4.11). Omgerekend wil dit zeggen dat van de respondenten die minstens één keer per maand naar rockmuziek luistert, er 37% ook minstens één keer per maand naar house luistert. Bij de jongeren alleen bedraagt dit percentage zelfs bijna 60%. De meerderheid van de respondenten die naar klassieke muziek luistert, wat een relatief klein percentage is (10,48%), luistert eveneens naar hitparade-muziek (6,67%). Dit is meer dan de helft (zie tabel 4.12). Ook de vergelijking tussen jazz/blues en ‘Tien om te Zien-muziek’ toont een zeker mate van omnivoriteit aan (zie tabel 4.13). Van de respondenten die minstens één keer per maand naar jazz/blues luisteren, luistert een kwart minstens één keer per maand ook naar ‘Tien om te Zien-muziek’. Bij de ouderen stijgt dit zelfs tot bijna 40%.

Tabel 4.11. Beluisteren van rock en/of house: frequenties

	frequentie	Procent
Luistert noch rock, noch house	65	30,95%
Luistert enkel rock	68	32,38%
Luistert enkel house	35	16,67%
Luistert zowel rock als house	40	19,05%
Totaal	208	99,05%
Missing	2	0,95%
Totaal	210	100,00%

Minstens één keer per maand

Tabel 4.12. Beluisteren van klassieke en/of hitparademuziek: frequenties

	frequentie	Procent
Luistert noch klassieke, noch hitparademuziek	89	42,38%
Luistert enkel klassieke muziek	8	3,81%
Luistert enkel hitparademuziek	98	46,67%
Luistert zowel klassieke als hitparademuziek	14	6,67%
Totaal	209	99,52%
Missing	1	0,48%
Totaal	210	100,00%

Minstens één keer per maand

⁶ Luisteren moet gezien worden als het actief luisteren naar een cd/dvd/cassette/mp3 van het desbetreffende muziekgenre. Het luisteren naar muziek op de radio werd dus niet mee in rekening gebracht.

Tabel 4.13. Beluisteren van jazz/blues en/of TOTZ-muziek: frequenties

	frequentie	procent
Luistert noch jazz/blues, noch TOTZ-muziek	142	67,62%
Luistert enkel jazz/blues	21	10,00%
Luistert enkel TOTZ-muziek	38	18,10%
Luistert zowel jazz/blues als TOTZ-muziek	8	3,81%
Total	209	99,52%
Missing	1	0,48%
Totaal	210	100,00%

Minstens één keer per maand

4.3. Onderzoeksvraag 2: In welke mate hebben mediavorkeur en mediagebruik een invloed op de participatie aan het formele en/of het informele verenigingsleven.

Het kijken naar ‘gemakkelijke ontspanning’ in het algemeen en commerciële televisie in het bijzonder zou volgens Hooghe (2002) leiden tot een verschraving van het middenveld of verenigingsleven. Om dit na te gaan werd voor beide onderzoeken gekeken naar de verbanden tussen de verschillende televisiezenders en de mate van participatie aan het verenigingsleven.

Middenveldparticipatie werd geoperationaliseerd aan de hand van twee variabelen. Eén variabele betreft het aantal uren dat men per week aan het verenigingsleven besteedt. Een tweede variabele is het aantal organisaties waarvan de respondent lid is. Daarenboven wordt in het B-onderzoek een onderscheid gemaakt tussen formele en informele participatie. Eerst gingen we na of er bepaalde verbanden bestaan tussen het aantal uren van participatie en bepaalde mediavorkeuren en -gebruiken, vervolgens zochten we de verbanden tussen het aantal organisaties waarvan men lid is en mediavorkeuren en -gebruiken.

Wat mediavorkeuren en gebruiken betreft beperkten we ons tot de vijf Vlaamse televisiezenders (TV1, Canvas, VTM, Kanaaltwee en VT4). De openbare en de commerciële zenders werden bovendien ook nog eens samengebracht in twee nieuwe variabelen. Om te kijken of ‘gemakkelijke ontspanning’ in het algemeen een invloed heeft, werden in het B-onderzoek de programma’s die behoren tot eenzelfde genre samengebracht in enkele nieuwe variabelen⁷.

Uit tabel 4.14 kunnen we afleiden dat er geen significante verbanden bestaan noch tussen een voorkeur voor commerciële zenders (A) en het aantal uren dat men aan het verenigingsleven besteedt, noch tussen het kijken naar commerciële zenders (B) en de tijd die men aan het verenigingsleven besteedt. Hooghe’s stelling dat het kijken naar commerciële televisie leidt tot een verschraving van het middenveld wordt hier dus niet bevestigd. Niettemin vinden we wel een negatief verband tussen een voorkeur voor VTM (A) en het aantal uren van participatie. Dit verband verdwijnt echter als het gaat om het concreet naar VTM kijken (B). Significante positieve waarden zijn er bij de

⁷ Vijf nieuwe variabelen (nieuws en actua; soaps; quiz- en spelprogramma’s; sitcoms en humoristische programma’s; dramareeksen) werden gecreëerd door de scores van de programma’s die tot hetzelfde genre behoren bij mekaar op te tellen (zie bijlage 14).

jongeren die openbare zenders prefereren (A) en bekijken (B). Een significant negatieve waarde vinden we bij de ouderen die een meer uitgesproken preferentie (A) hebben voor TV1. De invloed van TV1 verschilt bijgevolg naargelang de generatie.

Als we kijken naar de programmagenres die Hooghe als ‘gemakkelijke ontspanning’ categoriseert, dan zien we dat er over het totaal aantal respondenten van het B-onderzoek een significant negatieve samenhang bestaat tussen soapprogramma’s en het aantal uren van participatie ($r = -0,152$; $p < .05$). Het kijken naar humoristische programma’s en sitcoms, wat toch ook vormen van ‘gemakkelijke ontspanning’ zijn, correleert dan weer significant positief met het aantal uren dat men aan het verenigingsleven besteedt ($r = 0,188$; $p < .05$). We kunnen bijgevolg niet zomaar besluiten dat het kijken naar ontspanningsprogramma’s leidt tot een verschraving van het middenveld. Een significant positieve samenhang werd er ook nog bij de jongeren gevonden, meer bepaald tussen dramareksen en aantal uren van participatie ($r = 0,226$; $p < .05$). Tussen nieuws- en actualiteitenprogramma’s werden geen significante verbanden gevonden met het aantal uren dat men besteedt aan het verenigingsleven.

Tabel 4.14. Tijd besteed aan het verenigingsleven : correlaties met zenders (A en B)

	<i>vragenlijst A</i>			<i>vragenlijst B</i>		
	Algemeen	Jongeren	Ouderen	Algemeen	Jongeren	Ouderen
TV1	-0,032	0,211 *	-0,252 *	0,085	0,295 **	0,066
Canvas	-0,012	0,216 *	-0,091	-0,092	0,090	-0,158
VTM	-0,158 *	-0,100	-0,111	-0,074	-0,016	-0,087
KANTWEE	0,043	0,000	-0,030	0,005	-0,014	-0,188
VT4	0,069	-0,106	-0,013	0,006	-0,084	-0,068
openbare zenders	-0,019	0,243 **	-0,184	0,056	0,275 **	0,014
commerciële zenders	-0,041	-0,114	-0,061	-0,023	-0,001	-0,106

** Correlation is significant at the 0.01 level; * Correlation is significant at the 0.05 level.

Als we kijken naar middenveldparticipatie in termen van aantal organisaties of verenigingen waarvan men lid is, dan zien we in het A-onderzoek (zie tabel 4.15) enkel bij de jongeren een positieve correlatie tussen TV1 en het aantal organisaties, en openbare zenders in het algemeen en het aantal organisaties of verenigingen. Jongeren met een hoge score voor TV1 en openbare zenders zijn lid van meer organisaties of verenigingen dan jongeren met een lage score voor deze zenders. De stelling dat commerciële televisie tot een verschraving van het middenveld leidt, wordt ook hier niet bevestigd aangezien er geen significant negatieve samenhangen bestaan.

Tabel 4.15. Middenveldparticipatie : correlaties met zenders (A)

A	Algemeen	Jongeren	Ouderen
TV1	0,118	0,216 *	0,058
Canvas	0,071	0,167	0,061
VTM	-0,044	0,041	-0,101
KANTWEE	-0,018	0,006	-0,107
VT4	-0,014	-0,092	-0,063
openbare zenders	0,105	0,211 *	0,071
commerciële zenders	-0,047	-0,029	-0,110

* Correlation is significant at the 0.05 level.

In het B-onderzoek werd eveneens naar het lidmaatschap van verenigingen gevraagd. Hierbij wordt echter een onderscheid gemaakt tussen formele en informele organisaties of verenigingen. Uit de resultaten blijkt dat er bij het totaal aantal respondenten en bij de jongeren een significante positieve samenhang bestaat tussen formeel lidmaatschap, het kijken naar TV1 en het kijken naar openbare zenders in het algemeen. Wat informele participatie betreft, vinden we deze samenhang enkel terug bij de jongeren. Een significant positieve correlatie bestaat er ook tussen VT4 en informele participatie bij het totaal aantal respondenten.

Samenhangen met specifieke genres werden enkel gevonden bij informele participatie voor nieuws en actualiteit (jongeren: $r=0,197$; $p<.05$) en humor en sitcoms (algemeen: $r=0,227$; $p<.01$). Respondenten die naar ‘gemakkelijke ontspanning’ kijken in termen van humoristische programma’s en sitcoms, zijn bijgevolg meer formeel actief dan zij die niet naar sitcoms en humoristische programma’s kijken.

Tabel 4.16. Formele vs. informele middenveldparticipatie : correlaties met zenders (B)

B	<i>formele participatie</i>			<i>informele participatie</i>		
	Algemeen	Jongeren	Ouderen	Algemeen	Jongeren	Ouderen
TV1	0,200 **	0,241 *	0,148	0,021	0,272 **	0,140
Canvas	-0,027	-0,033	-0,064	-0,068	0,074	0,035
VTM	-0,088	-0,087	-0,109	-0,088	-0,020	-0,041
KANTWEE	-0,089	-0,045	-0,126	0,083	-0,086	0,034
VT4	-0,082	-0,066	-0,058	0,238 **	0,053	0,207
openbare zenders	0,161 *	0,193 *	0,107	-0,002	0,245 *	0,113
commerciële zenders	-0,083	-0,063	-0,103	0,031	-0,001	0,035

* Correlation is significant at the 0.05 level.

** Correlation is significant at the 0.01 level.

4.4. Onderzoeksvraag 3: Welke verbanden vinden we tussen de participatie aan het formele en/of het informele verenigingsleven, een antipolitieke houding en gevoelens van onveiligheid?

Zoals we reeds zagen in het eerste hoofdstuk is het middenveld belangrijk omdat een verschraling ervan de kans op een democratische samenleving van betrokken burgers zou verkleinen (Elchardus, Huyse & Hooghe, 2000, pp. 113-116). Middenveldparticipatie levert immers een belangrijke bijdrage tot het vertrouwen in de instellingen, leidt tot minder uitgesproken antipolitieke houdingen en vergroot het gevoel van veiligheid. Of dit ook geldt voor onze data gaan we na door te kijken of er significante samenhangen bestaan tussen middenveldparticipatie, een antipolitieke houding en gevoelens van onveiligheid.

Middenveldparticipatie werd ook hier geoperationaliseerd aan de hand van twee variabelen: het aantal uren dat men besteedt aan het verenigingsleven enerzijds en het aantal organisaties of verenigingen waarvan men lid is anderzijds. In onderzoek B wordt daarbij eveneens een onderscheid gemaakt tussen formele en informele participatie. Volgens De Meyer (2003, p. 16) vindt de ontzuring van de maatschappij immers vooral plaats in het niet-officiële, niet-georganiseerde middenveld.

Uit de analyse blijkt dat er noch voor onderzoek A, noch voor onderzoek B significante samenhangen bestaan tussen het aantal uur dat men per week aan het verenigingsleven besteedt, en de onderliggende attitudes antipolitieke houding en onveiligheidsgevoelens.

Met betrekking tot lidmaatschap van verenigingen of organisaties vinden we in het A-onderzoek enkel een significant positieve samenhang bij de ouderen wat antipolitieke houding betreft ($r=0,235$; $p<.05$). Hoe groter het aantal verenigingen of organisaties waarvan men lid is, des te meer uitgesproken antipolitieke houdingen men heeft.

In het B-onderzoek, waar een onderscheid werd gemaakt tussen formele en informele participatie, waren zowel de positieve scores bij formele participatie als de negatieve scores bij informele participatie voor onveiligheidsgevoelens nergens significant, evenals de scores voor antipolitieke houding. Significant positieve correlaties waren er wel bij het totaal aantal respondenten tussen vertrouwen in de regering en formele participatie ($r=0,150$; $p<.05$) en bij jongeren tussen vertrouwen in de regering en informele participatie ($r=0,217$; $p<.05$).

4.5. Onderzoeksvraag 4: Welke verbanden vinden we tussen mediavorkeur en mediagebruik en een antipolitieke houding enerzijds en tussen mediavorkeur en mediagebruik en gevoelens van onveiligheid anderzijds?

4.5.1. Antipolitieke houding

De analyse van Hooghe (2002) en het middenveldonderzoek van Elchardus, Huyse en Hooghe (2000), suggereren beiden dat mensen die naar VTM kijken of een voorkeur hebben voor VTM, of commerciële zenders in het algemeen een antidemocratische of antipolitieke houding versterkt ontwikkelen. Om dit na te gaan kijken we of er bepaalde correlaties bestaan tussen de aanwezigheid van een antipolitieke houding en zendervoorkeur enerzijds (A) en tussen een antipolitieke houding en concreet kijkgedrag anderzijds (B). Zoals eerder gezien werden in de respectievelijke onderzoeken twee verschillende schalen gebruikt voor het meten van antipolitieke houding.

Uit tabel 4.17 kunnen we afleiden dat de stellingen van Elchardus e.a. (2000) grotendeels bevestigd worden in het *A-onderzoek*. De openbare zenders correleren duidelijk negatief met de aanwezigheid van een antipolitieke houding, terwijl de commerciële zenders Kanaaltwee en VT4 en commerciële zenders in het algemeen positief correleren met deze attitude. Tussen een voorkeur voor VTM en een antipolitieke houding werden geen significante verbanden gevonden. Het is dus niet zo dat mensen met een meer uitgesproken voorkeur voor VTM een antipolitieke houding versterkt ontwikkelen. Mensen met een uitgesproken voorkeur voor commerciële zenders in het algemeen vertonen die houding dan weer wel.

Als we een vergelijking maken tussen de generaties, zien we dat er enkel significante samenhangen waar te nemen vallen bij de jongeren. De ouderen vertonen met andere woorden in geen enkel geval een antipolitieke houding.

De resultaten van het *A-onderzoek* staan in schril contrast met deze van het *B-onderzoek*. Hier werden immers noch in het algemeen, noch voor jongeren of ouderen in het bijzonder significante verbanden gevonden tussen het kijken naar een bepaalde zender en de aan- of afwezigheid van een antipolitieke houding. Dat kan enerzijds te wijten zijn aan het verschil dat bestaat naargelang men de zendervoorkeur (A) of het concreet kijkgedrag (B) bevraagt en anderzijds aan de verschillen die ontstaan door het

gebruik van een alternatieve schaal voor het meten van een antipolitieke houding óf aan een combinatie van beide factoren. De verschillen tonen wel aan dat door een andere manier van bevraging de aanwezigheid van een antipolitieke houding verdwijnt. De kritieken van De Meyer (cfr. supra) krijgen hierdoor bijgevolg meer slagkracht.

Tabel 4.17. Antipolitieke houding: correlaties met zenders

Antipolitieke houding	Vragenlijst A			Vragenlijst B		
	algemeen	jongeren	ouderen	algemeen	jongeren	ouderen
TV1	-0,113	-0,220 *	-0,002	-0,060	-0,091	-0,135
Canvas	-0,180 **	-0,192 *	-0,197	-0,082	-0,099	-0,126
VTM	0,070	0,091	0,038	0,098	0,055	0,130
KANAALTWEE	0,140 *	0,234 *	0,063	0,014	0,035	0,074
VT4	0,165 *	0,281 **	0,134	0,062	0,163	0,046
Openbare zenders	-0,168 *	-0,233 *	-0,115	-0,069	-0,094	-0,150
Commerciële zenders	0,148 *	0,226 *	0,094	0,094	0,081	0,128

** Correlation is significant at the 0.01 level

* Correlation is significant at the 0.05 level

Nauw verwant aan een antipolitieke houding is ook het vertrouwen in de instellingen in het algemeen en in de regering in het bijzonder. In het B-onderzoek werd gepeild naar dit vertrouwen door te vragen in welke mate men er op vertrouwt dat de Belgische regering de problemen waar België op dit moment mee te kampen heeft kan oplossen. Ook hier werden er geen significante samenhangen gevonden, noch in het algemeen, noch bij de generaties apart.

4.5.2. Onveiligheidsgevoelens

Naar analogie met antipolitieke houding werd ook onderzocht of er ook correlaties bestaan tussen onveiligheidsgevoelens en zendervoorkeur enerzijds (A) en tussen onveiligheidsgevoelens en concreet kijkgedrag anderzijds (B). Volgens Elchardus, Huyse en Hooghe (2000) leidt commerciële televisie in het algemeen en VTM in het bijzonder niet alleen tot een versterkte antipolitieke houding, maar ook tot een onveilig gevoel. Ook in dit geval werden in de twee onderzoeken verschillende schalen gebruikt voor het meten van gevoelens van onveiligheid (cfr. supra).

Het *A-onderzoek* bevestigt ook in dit geval de resultaten van onderzoeken van Elchardus e.a. (2000). Onderstaande tabel leert ons immers dat er een significant positieve samenhang bestaat met de zenders VTM, Kanaaltwee, VT4 en de commerciële zenders in het algemeen. Deze algemene trend wordt bevestigd in de oudergroep. Bij de jongeren bestaat de samenhang alleen voor VTM en commerciële zenders in het algemeen. Eveneens bij de jongeren merken we een significant negatieve correlatie tussen onveiligheidsgevoelens en een voorkeur voor Canvas. Voor het overige leidt het kijken naar openbare zenders (met uitzondering van Canvas bij de jongeren) niet noodzakelijk tot minder onveiligheidsgevoelens aangezien de negatieve verbanden nergens significant zijn.

Kijken we naar de resultaten van het *B-onderzoek* dan zien we dat ook daar over het totaal aantal respondenten een significant positieve, weliswaar minder sterke correlatie bestaat met in dit geval het kijken naar commerciële zenders in het algemeen en naar VTM in het bijzonder. Nemen we de twee generaties echter apart, dan verdwijnen deze significante verbanden, althans voor wat commerciële televisie in het algemeen betreft. Bij de ouderen blijft er weliswaar een fel afgezwakte positieve samenhang met VTM bestaan.

De stelling dat het kijken naar commerciële televisie verband houdt met een groter gevoel van onveiligheid kunnen we op basis van deze cijfers dus niet veralgemenen. Als we een onderscheid maken tussen generaties, is ze enkel van toepassing bij ouderen en dan enkel voor het kijken naar VTM. Bij de jongeren is er geen enkel verband te vinden. De verschillen in resultaten kunnen ook hier, net zoals bij antipolitieke houding het geval was, verklaard worden als een effect van vraagverwoording.

Tabel 4.18. Onveiligheidsgevoelens: correlaties met zenders

onveiligheidsgevoelens	Vragenlijst A			Vragenlijst B		
	algemeen	jongeren	ouderen	algemeen	jongeren	ouderen
TV1	0,020	0,028	-0,037	0,046	0,051	0,051
Canvas	-0,096	-0,204 *	-0,079	0,021	0,003	0,027
VTM	0,386 **	0,347 **	0,402 **	0,203 **	0,174	0,240 *
KANAALTWEE	0,234 **	0,062	0,426 **	0,082	0,054	0,176
VT4	0,175 *	0,082	0,335 **	0,052	0,153	-0,057
Openbare zenders	-0,050	-0,111	-0,065	0,054	0,050	0,067
Commerciële zenders	0,316 **	0,209 *	0,426 **	0,162 *	0,164	0,170

** Correlation is significant at the 0.01 level

* Correlation is significant at the 0.05 level

4.6. Onderzoeksvraag 5: Welke verbanden vinden we tussen mediavorkeur en mediagebruik en een versterkte antidemocratische houding?

Om na te gaan of bepaalde mediavorkeuren of -gebruiken samenhangen met een versterkte antidemocratische houding werd een onderscheid gemaakt tussen de respondenten met en zonder voorkeur voor het Vlaams Blok, een politieke partij die vaak geassocieerd wordt met dergelijk antidemocratische houdingen. Aan de hand van een t-test voor onafhankelijke steekproeven gaan we na of er significante verschillen in gemiddelden bestaan tussen de respondenten met een voorkeur voor het Vlaams Blok en de respondenten zonder voorkeur voor deze partij. Voorkeur moeten we bij onderzoek A zien in termen van aantrekkingskracht, in onderzoek B als effectief stemgedrag (cfr. supra). We zullen trachten voor de twee generaties een soort media- en smakenprofiel op te stellen van de groep die een voorkeur heeft voor het Vlaams Blok. We zullen hierbij enerzijds de mediavorkeuren (A) en anderzijds het concrete mediagebruik (B) belichten.

Met betrekking tot mediavorkeuren (A) bij *jongeren* zien we in tabel 4.19 dat jongeren met een voorkeur voor het Vlaams Blok erotische programma's, SF en fantasyreeksen en reality TV significant beter beoordelen dan jongeren zonder voorkeur voor het Vlaams Blok. Deze laatste groep waardeert Engelstalige comedy of familierreeksen dan weer significant beter. Wat muziekgenres betreft, vinden de jongeren met een voorkeur voor het Vlaams Blok techno en trance/ambient significant betere muziekgenres. Significant hogere gemiddelden voor televisiezoekers werden niet gevonden, noch voor VTM, noch voor commerciële televisie in het algemeen.

Tabel 4.19. Media/muziekvoorkeur: ja/nee voorkeur voor Vlaams Blok (jongeren)

<i>Media/muziekvoorkeur (A)</i>	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
Techno	5,31	7,18	4,86	3,092	0,003
Trance/ambient	5,60	7,20	5,16	1,065	0,022
Eng. Comedy/Familyseries	8,26	7,09	8,54	7,231	0,002
Erotische programma's	4,83	6,41	4,40	0,160	0,010
SF en fantasyreeksen	5,30	6,45	5,02	0,038	0,046
Reality TV	6,38	7,45	6,12	6,009	0,012

Independent-Samples T-test

Vervolgens bespreken we de resultaten van het concrete media- en muziekgebruik (B) (tabel 4.20). Uit de resultaten van de t-test blijkt dat jongeren met een voorkeur voor het Vlaams Blok significant minder vaak naar de TV1-programma's Koppen, Het Eiland en Eurosong 2004 kijken. De programma's 2 Straten Verder (VTM), Chris & co (VT4) en Patrouille (VT4) worden dan weer vaker bekeken. Ook voor concreet kijkgedrag werden er werden geen significante verschillen gevonden, noch voor programmagenres, noch voor de zenders apart. Wat muziek en radio betreft, stellen we vast dat naar Klara of klassieke muziek in het algemeen significant minder geluisterd wordt door mensen met een voorkeur voor het Vlaams Blok.

Tabel 4.20. Media/muziekgebruik: ja/nee voorkeur voor Vlaams Blok (jongeren)

<i>Mediagebruik (B)</i>	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
Koppen (TV1)	0,70	0,39	0,86	3,803	0,017
Het Eiland (TV1)	0,99	0,50	1,18	15,650	0,008
Eurosong 2004 (TV1)	1,44	0,97	1,69	4,180	0,012
2 straten verder (VTM)	0,78	1,25	0,55	13,256	0,006
Chris & co (VT4)	2,08	2,61	1,83	0,008	0,006
Patrouille (VT4)	1,26	1,72	1,06	2,914	0,014
Klara	0,21	0,08	0,27	10,004	0,039
Klassieke muziek	0,48	0,25	0,57	6,955	0,014

Independent-Samples T-test

Dezelfde analyse gebeurde ook voor de *ouderen*. Uit tabel 4.21 leiden we af dat ouderen met een voorkeur voor het Vlaams Blok Radio 2 en schlagermuziek significant beter vinden dan zij die geen voorkeur hebben voor het Vlaams Blok. De muziekgenres rap/hip hop en alternatieve muziek worden als significant slechter beoordeeld. Aangaande televisie zien we dat de Vlaams Blok-groep zowel rechtstreekse uitzendingen van sportwedstrijden als sportmagazines significant beter beoordelen dan de personen zonder voorkeur voor deze politieke partij.

Tabel 4.21. Media/muziekvoorkeur: ja/nee voorkeur voor Vlaams Blok (ouderen)

<i>Mediavorkeur (A)</i>	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
Radio 2	6,08	8,10	5,79	2,037	0,010
Schlagers	3,10	4,90	2,81	3,838	0,036
Rap, Hip Hop	4,28	2,40	4,52	0,040	0,018
Alternatieve muziek	4,19	2,00	4,45	2,375	0,018
Rechtstr. sportuitzendingen	5,72	8,00	5,39	0,752	0,023
Sportmagazines	5,17	7,90	4,81	0,257	0,009

Independent-Samples T-test

Betreffende het concrete mediagebruik (B) leert tabel 4.22 ons dat de respondenten met een voorkeur voor het Vlaams Blok significant vaker naar het VTM-nieuws kijken. Dit resultaat verschilt van de analyse van Hooghe (2002). Volgens Hooghe leidt het kijken naar (commerciële) televisiejournals immers niet tot meer antidemocratische reflexen (cfr. supra). Voorts bekijken ouderen met een voorkeur voor het Vlaams Blok ook vaker het VTM-programma Spoed, luisteren ze vaker naar disco, rock, reggae, sixties en seventies muziek en lezen ze vaker het tijdschrift TV-blad dan de respondenten zonder preferentie voor het Vlaams Blok ($\alpha < .05$). Klara, Studio Brussel, hardcoremuziek en de tijdschriften Cosmopolitan, Vogue, Oor en Eos worden dan weer respectievelijk minder beluisterd en gelezen. Ook bij de ouderen werden geen significante verschillen gevonden bij de televisiezenders en programmagenres in het algemeen. De stelling van Hooghe (2002) dat het kijken naar commerciële zenders leidt tot sterkere antidemocratische reflexen wordt hier dus niet bevestigd.

Tabel 4.22. Media/muziekgebruik: ja/nee voorkeur voor Vlaams Blok (ouderen)

<i>Mediagebruik (B)</i>	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
VTM-nieuws (VTM)	2,57	3,21	2,38	2,577	0,014
Spoed (VTM)	1,24	1,95	1,07	3,784	0,015
Cosmopolitan	0,08	0,00	0,11	8,823	0,010
Vogue	0,07	0,00	0,10	10,247	0,007
Oor	0,06	0,00	0,08	5,672	0,033
Eos	0,26	0,00	0,30	17,737	0,000
TV-blad	0,78	1,58	0,50	31,288	0,029
Klara	0,34	0,00	0,44	18,981	0,000
StuBru	1,17	0,39	1,37	5,880	0,000
Disco	1,52	2,16	1,37	1,762	0,024
Rock	1,54	2,16	1,39	1,918	0,038
Sixties muziek	2,11	2,89	1,89	0,000	0,002
Seventies muziek	2,20	3,05	1,96	0,551	0,000
Hardcore-gabber	0,07	0,00	0,10	7,169	0,019
Hardcore-gitaar	0,04	0,00	0,06	5,018	0,045
Reggae	0,60	1,11	0,45	11,331	0,033

Independent-Samples T-test

4.7. Besluit

In dit laatste hoofdstuk werd de analyse uitgevoerd die een antwoord moet geven op de vraag welke invloed de media hebben in de vorming van clusters van smaken en opvattingen. Meer specifiek werd getracht een antwoord te geven op de vijf deelvragen.

Eerst en vooral werd onderzocht of er verschillen bestaan tussen de verschillende muziek- en mediavorkeuren (televisie, radio, magazines) en het concrete, exacte muziek- en mediagebruik. Dit gebeurde aan de hand van een vergelijking van onderzoek A met onderzoek B. Uit de resultaten van de factoranalyse in het A-onderzoek bleek dat er net zoals bij het onderzoek van Siongers en Stevens (2002) twee dimensies of smakenpatronen onderscheiden kunnen worden: de amusementsdimensie waar de nadruk ligt op de commerciële radio- en televisiezenders, plezier en vertier enerzijds, en een combinatie van een alternatieve en een cultureel-correcte dimensie anderzijds, een dimensie die vooral verbonden is met de programmering van de openbare televisie- en radiozenders. De scheiding tussen deze twee dimensies werd het duidelijkst waargenomen bij de jongeren. Bij de ouderen was het onderscheid veel minder rechtlijnig dan bij de jongeren en bestonden er een aantal uitzonderingen.

In het B-onderzoek waarin gepeild werd naar het concrete kijkgedrag, leerden de correlaties ons dat vooral bij de jongeren het concrete mediagebruik nauwelijks of slechts in kleine mate verschilt van de beoordelingen uit onderzoek A. Ook hier konden bijgevolg dezelfde smakenpatronen of dimensies onderscheiden worden. Bij de ouderen daarentegen was ook in onderzoek B de scheiding minder duidelijk. Vooral met betrekking tot televisiegebruik was een opsplitsing in een alternatief-cultureel correcte en amusementsdimensie niet mogelijk. De openbare en cultureel correcte zender Canvas correleerde immers significant positief met de commerciële zenders VT4 en Kanaaltwee.

Omdat het in zekere mate evident is dat mensen voornamelijk meer kijken naar de zenders die ze goed vinden, meer luisteren naar radiozenders en muziekgenres die ze prefereren en vaker magazines lezen waarvoor ze een voorkeur hebben, werd in een tweede fase enkele nieuwe variabelen gecreëerd die het bestaan van een zapcultuur moesten nagaan. Uit die analyse bleek inderdaad dat er zoiets bestaat als een zapcultuur, niet alleen voor televisie, maar ook voor radio, magazines en muziek. Wat concreet mediagebruik betreft, treden de respondenten effectief uit hun dimensie en combineren ze de cultureel correcte media en muziekgenres met de op vertier en plezier gerichte amusementsmedia en muziekgenres.

De tweede onderzoeksvraag had betrekking tot de verbanden tussen de verschillende televisiezenders en de mate van participatie aan het verenigingsleven. Uit de analyse bleek dat Hooghe's stelling dat commerciële televisie een verschraling van het middenveld in de hand werkt, noch in onderzoek A, noch in onderzoek B bevestigd kon worden. Wel bestond er een negatief verband tussen een voorkeur voor VTM en het aantal uren van middenveldparticipatie en correleerden de openbare zenders in de meeste gevallen positief met de twee variabelen voor middenveldparticipatie. De invloed van TV1 apart verschilde dan weer naargelang de generatie.

Ook de stelling dat het kijken naar (gemakkelijke) ontspanning tot een verschraling van het middenveld leidt, kon niet bevestigd worden. Hoewel er een significant negatief verband bestond tussen soaps en het aantal uren van participatie, was het verband tussen humoristische programma's en sitcoms significant positief.

De verbanden nagaan tussen middenveldparticipatie, een antipolitieke houding en gevoelens van onveiligheid was het opzet van de derde onderzoeksvraag. Noch voor onderzoek A, noch voor onderzoek B bleken er echter significante samenhangen te bestaan tussen de twee variabelen voor middenveldparticipatie en de onderliggende attitudes antipolitieke houding en onveiligheidsgevoelens. Uitzondering hierop was het enigszins merkwaardig positief verband tussen lidmaatschap en een antipolitieke houding. De stelling dat formele/informele middenveldparticipatie tot minder uitgesproken antipolitieke houdingen en een groter gevoel van veiligheid leidt, kon bijgevolg op basis van onze data niet bevestigd worden. Wat betreft vertrouwen in de regeringen bestonden er daarentegen wel enkele significant positieve verbanden met middenveldparticipatie.

De onderliggende attitudes antipolitieke houding en onveiligheidsgevoelens waren ook het onderwerp van de vierde onderzoeksvraag. We gingen namelijk na welke verbanden er bestonden tussen deze attitudes en mediavorkeur en -gebruik.

Inzake antipolitieke houding stonden de resultaten van onderzoek A in schril contrast met deze van onderzoek B. Terwijl in onderzoek A commerciële televisiezenders op uitzondering van VTM allen significant positief en openbare zenders significant negatief correleerden met de aanwezigheid van een antipolitieke houding, werden in onderzoek B geen significante verbanden gevonden. De aanwezigheid van een versterkte antipolitieke houding verdwijnt dus door een andere manier van bevraging.

Ook bij onveiligheidsgevoelens waren de resultaten tussen de twee vragenlijsten verschillend. Ook hier verdween in onderzoek B een groot aantal van de significante samenhangen zoals die er waren in onderzoek A. De samenhangen die significant bleven, waren dan weer sterk afgezwakt. We kunnen op basis van onze data bijgevolg de stelling dat het kijken naar commerciële televisie tot een onveiliger gevoel leidt niet veralgemenen.

De vijfde en laatste onderzoeksvraag ging na of er verbanden te vinden waren tussen mediavorkeur en -gebruik en een versterkte antidemocratische houding. Hierbij werd een onderscheid gemaakt tussen respondenten met en zonder voorkeur voor het Vlaams Blok. Voor zowel jongeren als ouderen werd getracht een soort media- en muziekprofiel op te stellen enerzijds gebaseerd op mediavorkeuren, anderzijds op basis van het concrete mediagebruik. Bij deze analyse werden noch bij jongeren, noch bij ouderen significant hogere gemiddelden gevonden voor televisiezenders, noch voor VTM, noch voor commerciële televisie in het algemeen. Ook hier werd bijgevolg de stelling van Hooghe en Elchardus e.a dus niet bevestigd.

Algemeen besluit

Met deze licentiaatsverhandeling werd aan de hand van een onderzoek getracht een bijdrage te leveren aan het debat dat wij hier *the origin of taste and attitude* genoemd hebben en dat is ontstaan naar aanleiding van de publicatie van *De Symbolische Samenleving*, waarin Mark Elchardus samen met zijn TOR-team poneert dat er in Vlaanderen talrijke deelgroepen bestaan, deelgroepen die ontstaan op basis van symbolisch kapitaal dat onder andere via de massamedia wordt verstrekt.

In het eerste hoofdstuk van deze eindverhandeling werd uitvoerig aandacht besteed aan het begrip 'symbolische samenleving'. We namen hierbij de individualiseringstheorie als uitgangspunt om te komen tot een duidelijke omschrijving. In een symbolische samenleving is volgens Elchardus individualisering immers een illusie en gaat er een controlerende invloed uit van de socialiserende instellingen zoals scholen, massamedia en reclame. De media hebben dus een enorme invloed en macht. Zo liggen de media aan de basis van de zogenaamde mediaculturele ruimten en zijn ze verantwoordelijk voor de evolutie naar een dramademocratie en een graduele erosie van het sociaal kapitaal, dé basisvoorwaarde voor een democratische samenleving van betrokken burgers. De media vormen volgens de TOR-onderzoekers met andere woorden de oorsprong van smaken en opvattingen.

Na de uiteenzetting over de symbolische samenleving werd deze op basis van een aantal kritieken in vraag gesteld. Hierbij werd verondersteld dat individuen nog grotendeels zelf in staat zijn een eigen smakenpallet samen te stellen en dat men in plaats van clusters van smaken en opvattingen eerder moet spreken van het bestaan van een zapcultuur waar bovendien bepaalde attitudes niet zomaar rechtstreeks gelinkt worden aan bepaalde vormen van mediagebruik. Ook zouden de TOR-onderzoekers zich volgens de critici schuldig maken aan vooringenomenheid en bediscussieerbare sociologische methoden.

Op basis van het theoretisch kader werd, rekening houdend met de kritieken, een replicatieonderzoek uitgevoerd dat naging welke rol de media spelen in de vorming van clusters van smaken en opvattingen. Dit onderzoek kwam aan bod vanaf hoofdstuk twee. Meer specifiek werd onderzocht of er verschillen bestaan tussen de verschillende mediavoorkeuren en het concrete, exacte mediagebruik en gingen we na welke

verbanden er bestaan tussen mediavorkeur en -gebruik, middenveldparticipatie, een antipolitieke houding, onveiligheidsgevoelens en een antidemocratische houding.

Het uitgevoerde onderzoek betrof een survey-onderzoek waarbij de ruim 400 respondenten via een gestratificeerde clustersteekproef uit vijf Limburgse scholen geselecteerd werden. Als analyse-instrument werden twee verschillende schriftelijke vragenlijsten gebruikt die enerzijds bij de leerlingen, anderzijds bij de ouders van deze leerlingen werden afgenomen. Hierdoor waren ook vergelijkingen tussen de generaties mogelijk. Door het werken met twee vragenlijsten -dus twee onderzoeken- werden twee perfect vergelijkbare groepen gecreëerd waardoor niet noodzakelijk representativiteit vereist was ten opzichte van de theoretische populatie.

Na de beschrijvende analyse die aan bod kwam in hoofdstuk drie werd in het laatste hoofdstuk de analyse uitgevoerd die een antwoord moest geven op de vraag welke rol de media spelen in de vorming van clusters van smaken en opvattingen. Eerst gingen we na of er inderdaad zoiets bestaat als een mediaculturele ruimte. Indien gevraagd werd naar mediavorkeuren konden we twee smakenpatronen of dimensies onderscheiden, een amusementsdimensie en een alternatief-cultureel correcte dimensie. De scheiding tussen beide dimensies was het duidelijkst bij de jongeren. Dezelfde smakenpatronen en dimensies konden ook onderscheiden worden indien het concrete mediagebruik bevestigd werd. Een uitzondering hierop was echter het televisiegebruik bij ouderen.

Het bestaan van smakenpatronen en mediaculturele ruimten moest echter enigszins genuanceerd worden op basis van de verdere analyse. Het is immers vrij evident dat mensen vaker die media gebruiken en die muziekgenres beluisteren die ze goed vinden. Toch wil dit niet zeggen dat we niet kunnen spreken van een zapcultuur. Verdere analyse leerde ons immers dat wat concreet mediagebruik betreft, mensen effectief uit hun dimensie treden en ze de cultureel correcte media en muziekgenres combineren met de amusementsmedia.

Inzake middenveldparticipatie kon de stelling dat een voorkeur voor of het kijken naar commerciële televisie een verschraving van het middenveld in de hand werkt nergens bevestigd worden. Bovendien zagen we dat middenveldparticipatie niet noodzakelijk tot minder uitgesproken antipolitieke houdingen en onveiligheidsgevoelens leidt. De invloed van de media op deze onderliggende attitudes verschilde bovendien naargelang de manier van bevraging. Ook de stelling dat commerciële televisie tot antidemocratische houdingen leidt, kon niet worden bevestigd.

Referenties

- Beck, U. (1992) *Risk Society: towards a new modernity*. Sage, Londen.
- Beck, U. & E. Beck-Gersheim (1996). Individualization and 'precarious freedoms': perspectives and controversies of a subject-orientated sociology. In: Heelas, P., S. Lash & P. Morris. *Detraditionalization. Critical reflections on authority and identity*. Oxford, Blackwell Publishers, pp. 23-48.
- Maes, B. (Prod.) en Beun, L. (Reg.). (09.12.2002). *Nachtwacht: de media hebben de macht overgenomen* [TV-uitzending]. Canvas.
- Billet, J. & Waeye, H. (Eds.) (2001). *Een samenleving onderzocht: Methoden van sociaal-wetenschappelijk onderzoek*. Antwerpen: Standaard Uitgeverij.
- De Meyer, G. (2003). *Manifest van een cultuurpopulist*. Acco, Leuven.
- Eeckhout, B. (30.04.2002). Soapkijkers voelen zich vaker onveilig. *De Morgen*, p. 3
- Elchardus, M. & Glorieux, I. (Red.). (2002). *De Symbolische Samenleving*. Lannoo, Tielt.
- Elchardus, M. (2002). *De Dramademocratie*. Lannoo, Tielt.
- Elchardus, M. , Huyse, L. & Hooghe, M. (2000). *Het maatschappelijk middenveld in Vlaanderen*. VUBPress, Brussel.
- Entman, R.M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43, (4), pp. 51-58.
- Gerbner, G (1986). Living with television: The Dynamics of the Cultivation Process. In: Bryant, J. & Zillman, D., *Perspectives on Media Effects*. Erlbaum, Hillsdale pp. 17-40.
- Giddens, A. (1995). *Modernity and Self-Identity*. Polity Press, Cambridge
- Hooghe, M. (1999). Inleiding: verenigingen, democratie en sociaal kapitaal. *Tijdschrift voor sociologie*, 20 (3-4), pp. 233-246
- Hooghe, M. (2002). Watching Television and Civic Engagement. *Harvard International Journal of Politics/Press*, 7 (2), pp. 84-104.
- Hooghe, M. (2003). *Sociaal kapitaal in Vlaanderen: Verenigingen en democratische politieke cultuur*. Amsterdam University Press, Amsterdam.
- Huyse, L. (1987). *De verzuiling voorbij*. Kritak, Leuven.
- Huyse, L. (1997). *De politiek voorbij: een blik op de jaren '90*. Kritak, Leuven.

- Klaassen, C. (1993). Individualisering en socialisatie. In: Bouw, C. & Kruithof, B. (red.), *De kern van het verschil*. Amsterdam University Press, Amsterdam.
- Laermans, R. (1999). *Communicatie zonder mensen*. Boom, Amsterdam.
- Laermans, R. (1992). *In de greep van "de Moderne Tijd"*. Garant, Leuven.
- Laermans, R. (2002). *Het Cultureel Regiem: cultuur en beleid in Vlaanderen*. Lannoo, Tielt.
- Minnebo, J. (2002). Fear of Crime and Television Use: A Uses and Gratifications Approach. *The European Journal of Communication Research*, 25 (3), pp. 76-90.
- Norris, P. (1996). Does television erode social capital? A reply to Putnam. *Political Science and Politics*, 29 (3), pp. 474-480.
- Pauli, W. (19.10.2002). Slegs vir slimmies: apartheidsland Vlaanderen. *De Morgen*, p. 56.
- Peterson, R.A. (1993). Understanding audience segmentation: from elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, 21 (1), pp. 243-258.
- Putnam, R. (1993). *Making Democracy Work: civic traditions in Modern Italy*. Princeton University Press, Princeton.
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: The collapse and revival of American Community*. Simon & Schuster, New York.
- Rondas, J.-P. (Mod.) (20.10.2003). *Theodor W. Adorno vandaag: Massamedia en het belang van ideologiekritiek* [Colloquium] Brussel: Goethe-instituut.
- Siongers, J. & Stevens, F. (2002). Esthetica voor gevorderden: over smaken en mediavorkeuren. In: Elchardus, M. & Glorieux, I. (Red.) *De Symbolische Samenleving*, pp. 53-83.
- Shah, D. (1998). Civic engagement, interpersonal trust, and television use. *Political Psychology*, 19 (3), pp. 469-496.
- Stevens, F. & Elchardus, M. (2001). *De speelplaats als cultureel centrum: de beleving van de leefwereld van jongeren, Technisch verslag voor het PBO-project PBO/97/16/115*. Onderzoeksgroep TOR Vrije Universiteit Brussel, Brussel.
- Swanborn, P. G. (1987). *Methoden van sociaal-wetenschappelijk onderzoek*. Amsterdam: Boom.
- Uslaner, E. (1998). Social Capital, Television, and the 'Mean World'. Trust, Optimism, and Civic Participation. *Political Psychology*, 19 (3), pp. 441-467.
- Vandenberck, A., Opdebeeck, S., & Lammertyn, F. (1998). *Geweld en onveiligheidsgevoelens bij ouderen: prevalentie en gevolgen*. Leuven: Lucas.

Van den Broeck, K. (31.10.2003). Schooltelevisie. *De Morgen*, p. 21.

Vander Stichele, A. (2002). *Cultuurparticipatie in Vlaanderen: een toetsing van de omnivoriseringshypothese aan de hand van populatiedata*. Leuven: Centrum voor cultuursociologie, KULeuven.

Waege, H. (1994). Individualisering, sociale integratie en solidariteit: enkele thesen empirisch getoetst. *Tijdschrift voor sociologie*, 15 (3-4) pp. 327- 356.

Lijst van bijlagen

Bijlage 1. Instructies begeleidende leerkrachten	115
Bijlage 2. Vragenlijst A/codeboek A (leerlingen)	116
Bijlage 3. Vragenlijst A/codeboek A (ouders)	121
Bijlage 4. Vragenlijst B/codeboek B (leerlingen)	126
Bijlage 5. Vragenlijst B/codeboek B (ouders)	133
Bijlage 6. Referenties meegewerkte scholen	140
Bijlage 7. Frequentietabel televisieprogramma's (onderzoek B)	141
Bijlage 8. Frequentietabel magazines (onderzoek B)	143
Bijlage 9. Frequentietabellen radiozenders en muziekgenres (onderzoek B)	144
Bijlage 10. Frequentietabel informele en culturele activiteiten (onderzoek B)	145
Bijlage 11. T-testen favoriete tijdschrift (onderzoek A)	146
Bijlage 12. Tabellen concreet kijkgedrag specifieke programma's: frequenties	150
Bijlage 13. Antipolitieke houding en onveiligheid: correlaties met tv-programma's	152
Bijlage 14. Nieuwe variabelen na transformatie	154

Bijlage 1: Instructies begeleidende leerkrachten



KATHOLIEKE
UNIVERSITEIT
LEUVEN

Onderzoek: de rol van de media in de Symbolische Samenleving

Instructies

Dit onderzoek wordt gedaan in het kader van een licentiaatsverhandeling communicatiewetenschappen aan de KU Leuven en heeft betrekking op de rol die de media spelen in de vorming van clusters van smaken en opvattingen. We zijn in deze vragenlijst geïnteresseerd in het mediagebruik, mediavoorkeuren en participatie aan het verenigingsleven. Ook wordt er gepeild naar politieke interesse en gevoelens van onveiligheid.

Het spreekt voor zich dat de antwoorden **strikt vertrouwelijk** zijn. De vragenlijst is volstrekt **anoniem**. De antwoorden van alle vragenlijsten worden samengevoegd, zodat het achteraf niet mogelijk is te achterhalen wat men heeft geantwoord.

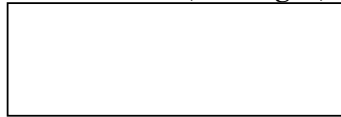
De vragenlijst is **eenvoudig** in te vullen. Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 7 minuten. De *leerling-vragenlijsten* worden in klasverband afgenomen, verspreid over ASO, BSO, TSO. Hierbij vult de helft van de leerlingen vragenlijst A in, de andere helft vragenlijst B.

De *ouder vragenlijsten* dienen door de leerlingen mee naar huis genomen te worden. Ze worden ingevuld door die ouder (of de persoon die als ouder beschouwd wordt) die het **eerst jarig** is in een jaar. Dit om te vermijden dat een onevenwichtige verdeling ontstaat tussen de geslachten. Ook hier vult de helft van de ouders vragenlijst A in, de andere helft vragenlijst B.

Instructies aan de begeleidende leerkracht

1. Deel eerst de *leerlingvragenlijsten* uit. Zorg ervoor dat ongeveer de helft van de leerlingen vragenlijst A heeft en de andere helft vragenlijst B (1 vragenlijst per leerling is voldoende, ofwel A, ofwel B).
2. Laat de leerlingen de vragenlijst invullen. Het invullen duurt zeker niet langer dan tien minuten. Leg er eventueel nog eens de nadruk op dat de vragenlijsten volstrekt anoniem zijn.
3. Verzamel de leerlingvragenlijsten na het invullen.
4. Deel vervolgens de *oudervragenlijsten* uit. Zorg ervoor dat ongeveer de helft van de leerlingen vragenlijst A heeft en de andere helft vragenlijst B (1 vragenlijst per leerling is voldoende).
5. De leerlingen dienen deze oudervragenlijst mee naar huis te nemen en door één van de ouders te laten invullen. Benadruk dat de ouder die het eerst jarig is de vragenlijst invult. Duid tevens op het belang van het effectief door de ouders invullen van de vragenlijst.
6. Spreek met de leerlingen een datum af waarop ze de vragenlijst terug bezorgen. (Neem bijvoorbeeld een marge van twee dagen). Laat hen dit eventueel in hun agenda noteren.
7. Verzamel de oudervragenlijsten op het afgesproken tijdstip.
8. De onderzoeker zal op afgesproken tijdstip de vragenlijsten terug komen ophalen en na verwerking de resultaten aan de school bekend maken.

Bijlage 2: Vragenlijst A/codeboek A (leerlingen)



A leerling



Onderzoek: de rol van de media in de Symbolische Samenleving : vragenlijst A

Dit onderzoek wordt gedaan in het kader van een licentiaatsverhandeling communicatiewetenschappen aan de KU Leuven en heeft betrekking op de rol die de media spelen in de vorming van clusters van smaken en opvattingen. We zijn in deze vragenlijst geïnteresseerd in uw mediagebruik, mediavorkeuren en participatie aan het verenigingsleven. Ook wordt er gepeild naar politieke interesse en gevoelens van onveiligheid.

Het spreekt voor zich dat uw antwoorden **strikt vertrouwelijk** zijn. De vragenlijst is volstrekt **anoniem**. De antwoorden van alle vragenlijsten worden samengevoegd, zodat het achteraf niet mogelijk is te achterhalen wat u hebt geantwoord.

De vragenlijst is **eenvoudig** in te vullen. Mogen wij u vriendelijk verzoeken alle vragen zo volledig mogelijk te beantwoorden. Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 10 minuten. Bij voorbaat dank voor uw medewerking, want zonder u is dit onderzoek onmogelijk.

Om te beginnen zouden we u enkele vragen willen stellen over uw mediagebruik en -voorkeuren.

Vraag 1. Hieronder vind je een lijst met verschillende TV-zenders. Zou je voor elke TV-zender kunnen opschrijven hoe goed je hem vindt. Een **0** betekent dat je de zender **absoluut slecht** vindt. Een **10** betekent dat je hem **heel goed** vindt. Indien je de zender **niet kent**, omcirkel dan het cijfer **11**. Let op! Je kan **selchts één** cijfer omcirkelen.

Zender ↓	Ken ik niet	Beoordeling											
		- -	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. TV1	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
2. Canvas	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
3. Ketnet	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
4. VTM	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
5. KANAALTWEE	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
6. VT4	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
7. Regionale televisie	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
8. TMF	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
9. Jim TV	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

Vraag 2. Welk tijdschrift of soort tijdschrift vind je **het best**? (Omcirkel slechts één antwoord)

1. HUMO
2. Knack
3. Joepie
4. Lifestyle-bladen (bv. Flair, Feeling, ...)
5. TV-bladen (bv. Story, Dag Allemaal,...)
6. Modebladen (bv. Cosmopolitan, Vogue,...)
7. Sportbladen (bv. Voetbalmagazine,...)
8. Natuurtijdschriften, wetenschappelijke tijdschriften (bv. Eos,...)
9. Muziekbladen (bv. Oor,...)
10. Hobbybladen (bv. Computermagazines, autogids,...)

11. Ik lees nooit tijdschriften

Vraag 3. Hieronder vind je een lijst met verschillende radiozenders. Zou je voor elke zender kunnen opschrijven hoe goed je hem vindt (van 0 tot 10) ? Indien je de zender **niet kent**, omcirkel dan een **11**.

Zender ↓	Ken ik niet	Beoordeling										
		- -										+
1. Radio 1	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Radio 2	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Klara	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. Studio Brussel	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Radio Donna	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. O-Music	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. 4FM	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Radio Contact	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Vraag 4. Hieronder vind je een lijst met **muziekgenres**. Zou je voor elk genre kunnen opschrijven hoe goed je het vindt (van 0 tot 10). Indien je dit muziekgenre **niet kent**, omcirkel dan het cijfer **11**.

Genre	Ken ik	Beoordeling										
1. Jazz en / of Blues	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Disco	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Rap, Hip Hop	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. Rock	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Klassieke muziek	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. Folk / Wereldmuziek	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. "Tien om te zien"-muziek	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Techno	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. House	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. Schlagers	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11. Heavy Metal	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12. Hard Rock	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. Aqila	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14. Punk / Punkrock	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15. Sixties muziek	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16. Seventies muziek	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17. Alternatieve	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18. Filmmuziek	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19. Franse chansons	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20. Raï	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21. Kleinkunst	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22. Vlaamse rock	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23. Hardcore – qabber	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24. Hardcore – gitaar	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
25. Funk	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26. Hitparademuziek	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
27. Soul/R&B	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28. Reggae	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

29. Ska	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30. Trance/ambient	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
31. New wave	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Vraag 5. In onderstaande lijst staan verschillende **soorten tv-programma's**. Bij sommige soorten programma's staan er voorbeelden. Dit geeft een idee wat bedoeld wordt met een aantal soorten programma's. **Let op!** Je moet niet het programma tussen haakjes beoordelen, maar wel het soort programma waartoe het behoort. Zou je voor elk programma kunnen aangeven hoe **goed** je het vindt (van 0 tot 10). Indien je het soort programma **niet kent**, omcirkel dan het cijfer **11**.

Soort programma ↓	Ken ik niet	Beoordeling												
		-	-	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	+
1. Rechtstreekse uitzendingen van sportwedstrijden	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
2. Praatprogramma's	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
3. Journaal, actualiteits- en duidingsprogramma's	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
4. Vlaamse series	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
5. Buitenlands soaps (bv. Mooi en meedogenloos)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
6. Quizprogramma's (bv. Wie wordt multimiljonair)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
7. Koppelprogramma's	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
8. Engelstalige comedyreeksen/ familyreeksen (bv. Friends)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
9. Erotische programma's (bv. Red Shoe Diaries)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
10. Misdaad- en advocatenreeksen (bv. NYPD Blue)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
11. Science fiction.- en fantasysreeksen (bv. The X-files)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
12. Tekenfilmreeksen	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
13. Sportmagazines (bv. Stadion)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
14. Human Interest-programma's (bv. Jammers)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
15. Klein nieuws-programma's (bv. Man bijt hond)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
16. Shows (bv. Wedden Dat)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
17. Reality TV (programma's waar echte achtervolgingen, ongelukken, misdaden, ... worden getoond)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		

Vervolgens zouden we je enkele vragen willen stellen over uw participatie aan het verenigingsleven.

Vraag 6. Kan je zeggen of je al dan niet lid bent van één van de volgende organisaties. **0** betekent dat je **geen lid** bent, **1** betekent dat je **passief lid** bent (je betaalt dus het lidgeld, ontvangt en leest eventueel een ledenbladje), **2** betekent dat je **actief** deelneemt (d.w.z dat je gedurende het laatste jaar hebt deelgenomen aan activiteiten). **3** betekent dat je in de **leiding** staat, dat je activiteiten mee helpt organiseren of actief bent in een bestuursorgaan. *Omcirkel slechts 1 antwoord.*

	Geen lid	Passief lid	Actief lid	Organiserend lid
1. Vrijwilligerswerk in een vereniging die mensen groepeerd die anderen helpen (vb.gehandicapten, bejaarden, kansarmen ...)	0	1	2	3
2. Een jongerenafdeling van een politieke partij	0	1	2	3
3. Een antiracistische organisatie	0	1	2	3
4. Een milieuvereniging, dierenbeschermingsvereniging	0	1	2	3
5. Een mensenrechtenorganisatie (bv. Amnesty International)	0	1	2	3

6. Een vredesorganisatie (bv. Pax Christi ...)	0	1	2	3
7. Een sportvereniging (bv. Sportclubs, geen denksport!)	0	1	2	3
8. Een jeugdbeweging / jongerenorganisatie	0	1	2	3
9. Een culturele vereniging (bv. Muziek, toneel, zang ...)	0	1	2	3
10. Een hobbyvereniging (bv. Knutselclub, schaakclub ...)	0	1	2	3
11. Een jeugdhuis/jeugdclub	0	1	2	3
12. Een derdewereldorganisatie (bv. 11-11-11 ...)	0	1	2	3
13. Een jongerenafdeling van een mutualiteit of vakbond	0	1	2	3
14. Een wijk- of buurtcomité (ook carnavalvereniging, redactie van een lokaal tijdschrift, ...)	0	1	2	3

Vraag 7. Hoeveel tijd besteedt u (uitgedrukt in aantal uren) per week aan het verenigingsleven? (Omcirkel slechts één antwoord).

1. 0 tot 1 uur per week
2. 1 tot 2 uur per week
3. 2 tot 3 uur per week
4. 3 tot 4 uur per week
5. 4 tot 5 uur per week
6. meer dan 6 uur per week

In het volgende deel zouden we graag uw mening weten over een aantal uitspraken.

Vraag 8. Zou u telkens kunnen aanduiden in welke mate u ermee akkoord bent? U kunt antwoorden met helemaal akkoord (5), akkoord (4), tussen beide (3), niet akkoord (2), helemaal niet akkoord (1).

	Helemaal niet akkoord	Niet akkoord	Tussen beide	Akkoord	Helemaal akkoord
1. Men moet de politiek gewoon afschaffen en het land laten besturen door wijze mensen	1	2	3	4	5
2. Zonder politieke partijen zou het in ons land veel beter gaan	1	2	3	4	5
3. Politici zouden geen minister mogen worden	1	2	3	4	5
4. Ik heb politiek niet nodig	1	2	3	4	5
5. Laat het land besturen door experts en specialisten, niet door politici	1	2	3	4	5
6. Het parlement is een machteloze praatbarak, je kunt het beter afschaffen	1	2	3	4	5

Vraag 9. In welke mate bent u akkoord met volgende uitspraken. U kunt antwoorden met helemaal akkoord (5), akkoord (4), tussen beide (3), niet akkoord (2), helemaal niet akkoord (1).

	Helemaal niet akkoord	Niet akkoord	Tussen beide	Akkoord	Helemaal akkoord
1. 's Avonds moet je op straat extra voorzichtig zijn	1	2	3	4	5
2. De laatste tien jaar zijn de straten onveiliger geworden	1	2	3	4	5
3. Uit angst dat ik word overvallen sluit ik altijd onmiddellijk mijn wagen als ik instap	1	2	3	4	5
4. 's Avonds en 's nachts doe ik de deur niet open als er gebeld wordt	1	2	3	4	5
5. In deze tijd is een alarmsysteem geen overbodige luxe	1	2	3	4	5
6. Het is vandaag de dag te onveilig om kinderen alleen op straat te laten	1	2	3	4	5
7. De politie en de rijkswacht zijn niet meer in staat om ons nog te beschermen tegen criminelen	1	2	3	4	5

Vraag 10. Tot welke politieke partij/kartel voel je je het meest aangetrokken? (Omcirkel **slechts één** van de onderstaande antwoordmogelijkheden.)

1. CD&V
2. GROEN!
3. NV-A
4. sp.a – SPIRIT
5. Vivant
6. Vlaams Blok
7. VLD
8. Andere, nl.
9. Geen enkele

Om te eindigen stellen we nog enkele algemene vragen

Vraag 11. Huidige **studierichting** (Omschrijf nauwkeurig)

Studierichting:.....

Vorm: 1.ASO - 2.TSO - 3.BSO (Omcirkel het juiste antwoord)

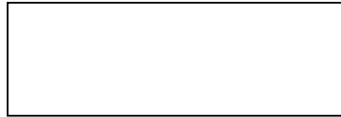
Vraag 12. Ben je een (omcirkel het cijfer voor het gepaste antwoord)

1. Jongen
2. Meisje

Vraag 13. In welk **jaar** ben je geboren ? 19....

BEDANKT VOOR UW MEDEWERKING

Bijlage 3: Vragenlijst A/ codeboek A (ouders)



A ouder

KATHOLIEKE UNIVERSITEIT
LEUVEN

Onderzoek: de rol van de media in de Symbolische Samenleving :

vragenlijst A

Dit onderzoek wordt gedaan in het kader van een licentiaatsverhandeling communicatiewetenschappen aan de KU Leuven en heeft betrekking op de rol die de media spelen in de vorming van clusters van smaken en opvattingen. We zijn in deze vragenlijst geïnteresseerd in uw mediagebruik, mediavorkeuren en participatie aan het verenigingsleven. Ook wordt er gepeild naar politieke interesse en gevoelens van onveiligheid.

Het spreekt voor zich dat uw antwoorden **strikt vertrouwelijk** zijn. De vragenlijst is volstrekt **anoniem**. De antwoorden van alle vragenlijsten worden samengevoegd, zodat het achteraf niet mogelijk is te achterhalen wat u hebt geantwoord.

De vragenlijst dient ingevuld te worden door die ouder (of de persoon die als ouder beschouwd wordt) die het eerst jarig is in het jaar.

De vragenlijst is **eenvoudig** in te vullen. Mogen wij u vriendelijk verzoeken alle vragen zo volledig mogelijk te beantwoorden. Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 10 minuten. Bij voorbaat dank voor uw medewerking, want zonder u is dit onderzoek onmogelijk.

Na het invullen van de vragenlijst moet de zoon/dochter deze terug meenemen naar school op het afgesproken tijdstip.

Om te beginnen zouden we u enkele vragen willen stellen over uw mediagebruik en -voorkeuren.

Vraag 1. Hieronder vind je een lijst met verschillende TV-zenders. Zou je voor elke TV-zender kunnen opschrijven hoe goed je hem vindt. Een **0** betekent dat je de zender **absoluut slecht** vindt. Een **10** betekent dat je hem **heel goed** vindt. Indien je de zender **niet kent**, omcirkel dan het cijfer **11**. Let op! Je kan **selchts één** cijfer omcirkelen.

Zender ↓	Ken ik niet	Beoordeling										
		-	-									+
10. TV1	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
11. Canvas	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
12. Ketnet	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
13. VTM	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
14. KANAALTWEE	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
15. VT4	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
16. Regionale televisie	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
17. TMF	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
18. Jim TV	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21

Vraag 2. Welk tijdschrift of soort tijdschrift vind je **het best**? (Omcirkel slechts één antwoord)

12. HUMO
13. Knack
14. Joepie
15. Lifestyle-bladen (bv. Flair, Feeling, ...)

16. TV-bladen (bv. Story, Dag Allemaal,...)
17. Modebladen (bv. Cosmopolitan, Vogue,...)
18. Sportbladen (bv. Voetbalmagazine,...)
19. Natuurtijdschriften, wetenschappelijke tijdschriften (bv. Eos,...)
20. Muziekbladen (bv. Oor,...)
21. Hobbybladen (bv. Computermagazines, autogids,...)
22. Ik lees nooit tijdschriften

Vraag 3. Hieronder vind je een lijst met verschillende radiozenders. Zou je voor elke zender kunnen opschrijven hoe goed je hem vindt (van 0 tot 10) ? Indien je de zender **niet kent**, omcirkel dan een **11**.

Zender ↓	Ken ik niet	Beoordeling										
		--										++
1. Radio 1	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Radio 2	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Klara	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. Studio Brussel	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Radio Donna	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. O-Music	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. 4FM	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Radio Contact	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Vraag 4. Hieronder vind je een lijst met **muziekgenres**. Zou je voor elk genre kunnen opschrijven hoe goed je het vindt (van 0 tot 10). Indien je dit muziekgenre **niet kent**, omcirkel dan het cijfer **11**.

Genre	Ken ik	Beoordeling										
1. Jazz en / of Blues	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Disco	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Rap. Hip Hop	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. Rock	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Klassieke muziek	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. Folk / Wereldmuziek	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. "Tien om te zien"-muziek	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Techno	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. House	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. Schlagers	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
11. Heavy Metal	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
12. Hard Rock	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
13. Aqila	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
14. Punk / Punkrock	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
15. Sixties muziek	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
16. Seventies muziek	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17. Alternatieve	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
18. Filmmuziek	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
19. Franse chansons	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
20. Raï	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
21. Kleinkunst	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
22. Vlaamse rock	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
23. Hardcore – gabber	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21

24. Hardcore – gitaar	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
25. Funk	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
26. Hitparademuziek	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
27. Soul/R&B	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
28. Reggae	11	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
29. Ska	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30. Trance/ambient	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
31. New wave	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Vraag 5. In onderstaande lijst staan verschillende **soorten tv-programma's**. Bij sommige soorten programma's staan er voorbeelden. Dit geeft een idee wat bedoeld wordt met een aantal soorten programma's. **Let op!** Je moet niet het programma tussen haakjes beoordelen, maar wel het soort programma waartoe het behoort. Zou je voor elk programma kunnen aangeven hoe **goed** je het vindt (van 0 tot 10). Indien je het soort programma **niet kent**, omcirkel dan het cijfer **11**.

Soort programma ↓	Ken ik niet	Beoordeling										
		-	-									
1. Rechtstreekse uitzendingen van sportwedstrijden	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Praatprogramma's	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Journaal, actualiteits- en duidingsprogramma's	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. Vlaamse series	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Buitenlands soaps (bv. Mooi en meedogenloos)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. Quizprogramma's (bv. Wie wordt multimiljonair)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. Koppelprogramma's	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Engelstalige comedyreeksen/ familyreeksen (bv. Friends)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. Erotische programma's (bv. Red Shoe Diaries)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. Misdaad- en advocatenreeksen (bv. NYPD Blue)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11. Science fiction.- en fantasyreeksen (bv. The X-files)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12. Tekenfilmreeksen	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. Sportmagazines (bv. Stadion)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14. Human Interest-programma's (bv. Jammers)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15. Klein nieuws-programma's (bv. Man bijt hond)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16. Shows (bv. Wedden Dat)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17. Reality TV (programma's waar echte achtervolgingen, ongelukken, misdaden, ... worden getoond)	11	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Vervolgens zouden we je enkele vragen willen stellen over uw participatie aan het verenigingsleven.

Vraag 6. Kan je zeggen of je al dan niet lid bent van één van de volgende organisaties. **0** betekent dat je **geen lid** bent, **1** betekent dat je **passief lid** bent (je betaalt dus het lidgeld, ontvangt en leest eventueel een ledenbladje), **2** betekent dat je **actief** deelneemt (d.w.z dat je gedurende het laatste jaar hebt deelgenomen aan activiteiten). **3** betekent dat je in de **leiding** staat, dat je activiteiten mee helpt organiseren of actief bent in een bestuursorgaan. *Omcirkel slechts 1 antwoord.*

	Geen lid	Passief lid	Actief lid	Organiserend lid
--	----------	-------------	------------	------------------

1. Vrijwilligerswerk in een vereniging die mensen groepeerd die anderen helpen (vb. gehandicapten, bejaarden, kansarmen ...)	4	5	6	7
2. Een jongerenafdeling van een politieke partij	4	5	6	7
3. Een antiracistische organisatie	4	5	6	7
4. Een milieuvereniging, dierenbeschermingsvereniging	4	5	6	7
5. Een mensenrechtenorganisatie (bv. Amnesty International)	4	5	6	7
6. Een vredesorganisatie (bv. Pax Christi ...)	4	5	6	7
7. Een sportvereniging (bv. Sportclubs, geen denksport!)	4	5	6	7
8. Een jeugdbeweging / jongerenorganisatie	4	5	6	7
9. Een culturele vereniging (bv. Muziek, toneel, zang ...)	4	5	6	7
10. Een hobbyvereniging (bv. Knutselclub, schaakclub ...)	4	5	6	7
11. Een jeugdhuis/jeugdclub	4	5	6	7
12. Een derdewereldorganisatie (bv. 11-11-11 ...)	1	1	2	3
13. Een jongerenafdeling van een mutualiteit of vakbond	4	5	6	7
14. Een wijk- of buurtcomité (ook carnavalvereniging, redactie van een lokaal tijdschrift, ...)	4	5	6	7

Vraag 7. Hoeveel tijd besteedt u (uitgedrukt in aantal uren) per week aan het verenigingsleven? (Omcirkel slechts één antwoord).

7. 0 tot 1 uur per week
8. 1 tot 2 uur per week
9. 2 tot 3 uur per week
10. 3 tot 4 uur per week
11. 4 tot 5 uur per week
12. meer dan 6 uur per week

In het volgende deel zouden we graag uw mening weten over een aantal uitspraken.

Vraag 8. Zou u telkens kunnen aanduiden in welke mate u ermee akkoord bent? U kunt antwoorden met helemaal akkoord (5), akkoord (4), tussen beide (3), niet akkoord (2), helemaal niet akkoord (1).

	Helemaal niet akkoord	Niet akkoord	Tussen beide	Akkoord	Helemaal akkoord
2. Men moet de politiek gewoon afschaffen en het land laten besturen door wijze mensen	1	2	3	4	5
2. Zonder politieke partijen zou het in ons land veel beter gaan	6	7	8	9	10
3. Politici zouden geen minister mogen worden	6	7	8	9	10
4. Ik heb politiek niet nodig	6	7	8	9	10
5. Laat het land besturen door experts en specialisten, niet door politici	6	7	8	9	10
6. Het parlement is een machteloze praatbarak, je kunt het beter afschaffen	6	7	8	9	10

Vraag 9. In welke mate bent u akkoord met volgende uitspraken. U kunt antwoorden met helemaal akkoord (5), akkoord (4), tussen beide (3), niet akkoord (2), helemaal niet akkoord (1).

	Helemaal niet akkoord	Niet akkoord	Tussen beide	Akkoord	Helemaal akkoord
1. 's Avonds moet je op straat extra voorzichtig zijn	1	2	3	4	5
2. De laatste tien jaar zijn de straten onveilig geworden	1	2	3	4	5

3. Uit angst dat ik word overvallen sluit ik altijd onmiddellijk mijn wagen als ik instap	1	2	3	4	5
4. 's Avonds en 's nachts doe ik de deur niet open als er gebeld wordt	1	2	3	4	5
5. In deze tijd is een alarmsysteem geen overbodige luxe	1	2	3	4	5
6. Het is vandaag de dag te onveilig om kinderen alleen op straat te laten	1	2	3	4	5
7. De politie en de rijkswacht zijn niet meer in staat om ons nog te beschermen tegen criminelen	6	7	8	9	10

Vraag 10. Tot welke politieke partij/kartel voel je je het meest aangetrokken? (Omcirkel **slechts één** van de onderstaande antwoordmogelijkheden.)

- 10. CD&V
- 11. GROEN!
- 12. NV-A
- 13. sp.a – SPIRIT
- 14. Vivant
- 15. Vlaams Blok
- 16. VLD
- 17. Andere, nl.
- 18. Geen enkele

Om te eindigen stellen we nog enkele algemene vragen

Vraag 11. Wat is het **hoogste diploma** dat u heeft behaald ? (omcirkel het cijfer voor het gepaste antwoord)

- 1. geen
- 2. lager onderwijs
- 3. lager middelbaar beroepsonderwijs
- 4. lager middelbaar technisch onderwijs
- 5. lager middelbaar algemeen vormend onderwijs
- 6. hoger middelbaar beroepsonderwijs
- 7. hoger middelbaar technisch onderwijs
- 8. hoger middelbaar algemeen vormend onderwijs
- 9. niet-universitair hoger onderwijs van het korte type (2 of 3 jaar)
- 10. niet-universitair hoger onderwijs van het lange type (4 of 5 jaar)
- 11. universitair onderwijs
- 12. andere

Vraag 12. Ben je een (omcirkel het cijfer voor het gepaste antwoord)

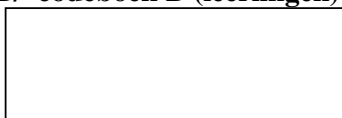
- 3. Man
- 4. Vrouw

Vraag 13. In welk **jaar** ben je geboren ? 19....

BEDANKT VOOR UW MEDEWERKING

Deze vragenlijst dient via de zoon/dochter terug meegenomen te worden naar de school.

Bijlage 4: Vragenlijst B/ codeboek B (leerlingen)



B leerling

KATHOLIEKE UNIVERSITEIT
LEUVEN

Onderzoek: de rol van de media in de Symbolische Samenleving :

vragenlijst B

Dit onderzoek wordt gedaan in het kader van een licentiaatsverhandeling communicatiewetenschappen aan de KU Leuven en heeft betrekking op de rol die de media spelen in de vorming van clusters van smaken en opvattingen. We zijn in deze vragenlijst geïnteresseerd in uw mediagebruik, mediavorkeuren en participatie aan het verenigingsleven. Ook wordt er gepeild naar politieke interesse en gevoelens van onveiligheid.

Het spreekt voor zich dat uw antwoorden **strikt vertrouwelijk** zijn. De vragenlijst is volstrekt **anoniem**. De antwoorden van alle vragenlijsten worden samengevoegd, zodat het achteraf niet mogelijk is te achterhalen wat u hebt geantwoord.

De vragenlijst is **eenvoudig** in te vullen. Mogen wij u vriendelijk verzoeken alle vragen zo volledig mogelijk te beantwoorden. Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 10 minuten. Bij voorbaat dank voor uw medewerking, want zonder u is dit onderzoek onmogelijk.

Om te beginnen zouden we u enkele vragen willen stellen over uw mediagebruik en -voorkeuren.

Vraag 1. Hieronder vind je een lijst met verschillende TV-programma's. Zou je voor elk TV-programma kunnen aanduiden hoe vaak u het bekijkt. Een **0** betekent dat je het programma **niet kent**. Let op! Je kan **slechts één** cijfer omcirkelen.

(bijna) dagelijkse programma's						
Programma ↓	Ken ik niet	(bijna) elke dag	3 à 4 keer per week	1 à 2 keer per week	Bijna nooit	Nooit
1.De Rode Loper	0	4	3	2	1	0
2.Blokken	0	4	3	2	1	0
3.VRT-journaal	0	4	3	2	1	0
4.Man bijt hond	0	4	3	2	1	0
5.Thuis	0	4	3	2	1	0
6.De laatste show	0	4	3	2	1	0
7.Ter zake	0	4	3	2	1	0
8.Mooi en meedogenloos	0	4	3	2	1	0
9.Safe!	0	4	3	2	1	0
10.VTM-nieuws	0	4	3	2	1	0
11.Familie	0	4	3	2	1	0
12.Home and away	0	4	3	2	1	0
13.Friends	0	4	3	2	1	0
14.Nieuws en weer op VT4	0	4	3	2	1	0
Wekelijkse programma's						
Programma ↓	Ken ik niet	(bijna) elke week	3 à 4 keer per maand	1 à 2 keer per maand	Bijna nooit	Nooit
15.Koppen	0	4	3	2	1	0
16.De Zevende Dag	0	4	3	2	1	0
17.Klant of koning?	0	4	3	2	1	0
18.F.C. De Kampioenen	0	4	3	2	1	0
19.De Pappenheimers	0	4	3	2	1	0
20.Het Eiland	0	4	3	2	1	0

21.Witse	0	4	3	2	1	0
22.Vox Pop	0	4	3	2	1	0
23.Het geslacht De Pauw	0	4	3	2	1	0
24.Eurosong 2004	0	4	3	2	1	0
25.10 voor taal	0	4	3	2	1	0
26.Palavra	0	4	3	2	1	0
27.Stille Waters	0	4	3	2	1	0
28.Polspoel & Desmet	0	4	3	2	1	0
29.Recht van Antwoord	0	4	3	2	1	0
30.Jambers, 10 jaar later	0	4	3	2	1	0
31.2 straten verder	0	4	3	2	1	0
32.Hallo België	0	4	3	2	1	0
33.Wittekerke	0	4	3	2	1	0
34.De Planckaerts	0	4	3	2	1	0
35.Spoed	0	4	3	2	1	0
36.Zone Stad	0	4	3	2	1	0
37.Bluf	0	4	3	2	1	0
38.Puur toeval	0	4	3	2	1	0
39.De nieuwe mama	0	4	3	2	1	0
40.De ideale schoonzoon	0	4	3	2	1	0
41.Telefacts	0	4	3	2	1	0
42.De vloek van Vlimovost	0	4	3	2	1	0
43.Napoléon	0	4	3	2	1	0
44.Nachtwacht	0	4	3	2	1	0
45.Villa Politica	0	4	3	2	1	0
46.Coninx & Van Wijck	0	4	3	2	1	0
47.De rechtvaardige rechters	0	4	3	2	1	0
48.Voetzoeker	0	4	3	2	1	0
49.Per seconde wijzer	0	4	3	2	1	0
50.Panorama	0	4	3	2	1	0
51.De Poolreizigers	0	4	3	2	1	0
52.24	0	4	3	2	1	0
53.Joe Millionaire	0	4	3	2	1	0
54.Ally McBeal	0	4	3	2	1	0
55.Meneer Crets kijkt TV	0	4	3	2	1	0
56.Extreme Makeover	0	4	3	2	1	0
57.Chris & co	0	4	3	2	1	0
58.Patrouille	0	4	3	2	1	0
59.De bevalling	0	4	3	2	1	0
60.C.S.I. Miami	0	4	3	2	1	0

Vraag 2. Hieronder vind je een lijst met verschillende tijdschriften. Zou je voor elk tijdschrift programma kunnen aanduiden of je er nooit (5), enkele keren per jaar (4), één keer per maand (3), enkele keren per maand (2) of (bijna) wekelijks (1) in leest. Een **0** betekent dat je het tijdschrift **niet kent**. Let op! Je kan **slechts één** cijfer omcirkelen.

Tijdschrift ↓	Ken ik niet	(bijna) wekelijks	Enkele keren per maand	Eén keer Per maand	Enkele keren per jaar	Nooit
1.HUMO	0	4	3	2	1	0
2.Knack	0	4	3	2	1	0
3.Joepie	0	4	3	2	1	0
4.Flair	0	4	3	2	1	0
5.Feeling	0	4	3	2	1	0
6.Story	0	4	3	2	1	0
7.Dag Allemaal	0	4	3	2	1	0
8.Cosmopolitan	0	4	3	2	1	0

9.Vogue	0	4	3	2	1	0
10.P-Magazine	0	4	3	2	1	0
11.Voetbalmagazine	0	4	3	2	1	0
12.Oor	0	4	3	2	1	0
13.Eos	0	4	3	2	1	0
14.Autogids	0	4	3	2	1	0
15.Netwerk	0	4	3	2	1	0
16.TV-blad	0	4	3	2	1	0
17.TV-familie	0	4	3	2	1	0
18.Libelle	0	4	3	2	1	0
19.Ché	0	4	3	2	1	0
20.Menzo	0	4	3	2	1	0
21.Andere:.....	0	4	3	2	1	0

Vraag 3. Hieronder vind je een lijst met verschillende radiozenders. Zou je voor elke zender kunnen aanduiden of je er nooit (5), bijna nooit (4), 1 à 2 keer per week (3), 3 à 4 keer per week (2) of (bijna) elke dag (1) naar luistert. Een **0** betekent dat je de radiozender **niet kent**. Let op! Je kan **slechts één** cijfer omcirkelen.

Zender ↓	Ken ik niet	(bijna) elke dag	3 à 4 keer per week	1 à 2 keer per week	Bijna nooit	Nooit
1.Radio 1	0	4	3	2	1	0
2.Radio 2	0	4	3	2	1	0
3.Klara	0	4	3	2	1	0
4.Studio Brussel	0	4	3	2	1	0
5.Radio Donna	0	4	3	2	1	0
6.Q-Music	0	4	3	2	1	0
7.4 FM	0	4	3	2	1	0
8.Radio Contact	0	4	3	2	1	0
9.Lokale Radio	0	4	3	2	1	0

Vraag 4. Hieronder vind je een lijst met **muziekgenres**. Zou u voor elk muziekgenre kunnen aanduiden hoe vaak u naar een **cd/dvd/cassette/mp3** van dit muziekgenre luistert. Een **0** betekent dat je het genre **niet kent**. Let op! Je kan **slechts één** cijfer omcirkelen

Genre ↓	Ken ik niet	(bijna) dagelijks	Enkele keren per week	Enkele keren per maand	Enkele keren per jaar	Nooit
1. Jazz en / of Blues	0	4	3	2	1	0
2. Disco	0	4	3	2	1	0
3. Rap. Hip Hop	0	4	3	2	1	0
4. Rock	0	4	3	2	1	0
5. Klassieke muziek	0	4	3	2	1	0
6. Folk /	0	4	3	2	1	0
7. "Tien om te zien"-muziek	0	4	3	2	1	0
8. Techno	0	4	3	2	1	0
9. House	0	4	3	2	1	0
10. Schlagers	0	4	3	2	1	0
11. Heavy Metal	0	4	3	2	1	0
12. Hard Rock	0	4	3	2	1	0
13. Aqila	0	4	3	2	1	0
14. Punk / Punkrock	0	4	3	2	1	0

15. Sixties muziek	0	4	3	2	1	0
16. Seventies muziek	0	4	3	2	1	0
17. Alternatieve muziek	0	4	3	2	1	0
18. Filmmuziek	0	4	3	2	1	0
19. Franse chansons	0	4	3	2	1	0
20. Rai	0	4	3	2	1	0
21. Kleinkunst	0	4	3	2	1	0
22. Vlaamse rock	0	4	3	2	1	0
23. Hardcore – gabber	0	4	3	2	1	0
24. Hardcore – gitaar	0	4	3	2	1	0
25. Funk	0	4	3	2	1	0
26. Hitparademuziek	0	4	3	2	1	0
27. Soul/R&B	0	4	3	2	1	0
28. Reggae	0	4	3	2	1	0
29. Ska	0	4	3	2	1	0
30. Trance/ambient	0	4	3	2	1	0
31. New wave	0	4	3	2	1	0

Vervolgens zouden we je enkele vragen willen stellen over uw participatie aan het verenigingsleven.

Vraag 5. Kan je zeggen of je al dan niet lid bent van één van de volgende organisaties. **0** betekent dat je **geen lid** bent, **1** dat je **gewoon lid** bent (je betaalt dus het lidgeld, ontvangt en leest eventueel een ledenblaadje), **2** betekent dat je **actief** deelneemt aan activiteiten. **3** betekent dat je in de **leiding** staat, dat je activiteiten mee helpt organiseren of actief bent in een bestuursorgaan. *Omcirkel slechts 1 antwoord.*

	Geen lid	Gewoon lid	Deelnemend lid aan activiteiten	Bestuurslid
1. Vrijwilligerswerk in een vereniging die mensen groepeerd die anderen helpen (vb.gehandicapten, bejaarden, kansarmen ...)	8	9	10	11
2. Een jongerenafdeling van een politieke partij	8	9	10	11
3. Een antiracistische organisatie	8	9	10	11
4. Een milieuvereniging, dierenbeschermingsvereniging	8	9	10	11
5. Een mensenrechtenorganisatie (bv. Amnesty International)	8	9	10	11
6. Een vredesorganisatie (bv. Pax Christi ...)	8	9	10	11
7. Een sportvereniging op competitieniveau	8	9	10	11
8. Een amateur- of recreatiesportvereniging	8	9	10	11
9. Een culturele vereniging (bv. Muziek, toneel, zang ...)	8	9	10	11
10. Een hobbyvereniging (bv. Knutselclub, schaakclub ...)	8	9	10	11
11. Een jeugdhuis/jeugdclub	8	9	10	11
12. Een derdewereldorganisatie (bv. 11-11-11 ...)	2	1	2	3
13. Een jongerenafdeling van een mutualiteit of vakbond	8	9	10	11
14. Een fanclub of supportersclub	0	1	2	3
15. Een jeugdbeweging / jongerenorganisatie	0	1	2	3
16. Een toneel- of dansvereniging	0	1	2	3
17. Een kookclub	0	1	2	3
18. Een kunstvereniging	0	1	2	3
19. Een vrouwen- of mannenorganisatie	0	1	2	3
20. Een vakbond	0	1	2	3
21. Een religieuze vereniging	0	1	2	3
22. Een ziekenfonds	0	1	2	3
23. Rode Kruis/ Brandweer	0	1	2	3
24. Een politieke vereniging	0	1	2	3

25. Een dierenclub (bv. paarden- of hondenclub)	0	1	2	3
26. Een zelfhulpgroep	0	1	2	3
27. Een wijk- of buurtcomité (ook carnavalvereniging, redactie van een lokaal tijdschrift, ...)	0	1	2	3
28. Een adviesraad (bv. gemeente of school)	0	1	2	3
29. Andere:	0	1	2	3

Vraag 6. Hoeveel tijd besteedt u (uitgedrukt in aantal uren) per week aan het verenigingsleven? (Omcirkel slechts één antwoord).

- 13. 0 tot 1 uur per week
- 14. 1 tot 2 uur per week
- 15. 2 tot 3 uur per week
- 16. 3 tot 4 uur per week
- 17. 4 tot 5 uur per week
- 18. meer dan 6 uur per week

Vraag 7. Hieronder worden een aantal zaken opgenoemd die sommigen wel eens doen en anderen niet. Kunt u zeggen of u deze **activiteit** tijdens de **voorbije 6 maanden** nooit (5), minder dan één keer per maand (4), één of twee keer per maand (3), één of twee keer per week (2), of dagelijks of bijna dagelijks (1) gedaan hebt? (Omcirkel per uitspraak het cijfer dat best overeenkomt met uw antwoord).

	Dagelijks of bijna dagelijks	Eén of twee keer per week	Eén of twee keer per maand	Minder dan één keer per maand	nooit
1. Vrienden of kennissen voor een etentje ontvangen	4	3	2	1	0
2. Bij vrienden of kennissen op bezoek gaan	4	3	2	1	0
3. Een korte babbel met onbekenden (op straat, in de winkel, op de trein,...)	4	3	2	1	0
4. Chatten op het internet of discussiefora	4	3	2	1	0
5. Deelnemen aan een cursus (bv. Pc-cursus, kooklessen, taalcursus,...)	4	3	2	1	0
6. Op café gaan met vrienden of kennissen	4	3	2	1	0
7. Met vrienden of kennissen activiteiten organiseren (bv. Samen gaan sporten, uitstap maken, ...)	4	3	2	1	0
8. Met vrienden of kennissen een bepaalde hobby uitoefenen in clubverband (vb. biljarten, vissen, toneel, wandelen...)	4	3	2	1	0
9. Samen met vrienden of kennissen naar een sportwedstrijd gaan zien.	4	3	2	1	0
10. Deelnemen aan buurt- of wijkactiviteiten	4	3	2	1	0
11. Uitgaan naar een fuif, feestje of discotheek	4	3	2	1	0
12. Naar een pop- of rockconcert of muziekfestival gaan.	4	3	2	1	0
14. Naar een dans- of balletvoorstelling gaan.	4	3	2	1	0
14. Naar een theatervoorstelling gaan.	4	3	2	1	0

15. Naar een opera of klassiek muziekconcert gaan.	4	3	2	1	0
16. Naar een tentoonstelling/museum gaan.	4	3	2	1	0
17. Naar lezingen of voordrachten gaan.	4	3	2	1	0
18. Activiteiten ten voordele van plaatselijke verenigingen bijwonen.	4	3	2	1	0
19. Naar de kerk gaan of religieuze vereniging.	4	3	2	1	0
20. Gezelschapsspelletjes spelen	4	3	2	1	0

In het volgende deel zouden we graag uw mening weten over een aantal uitspraken

Vraag 8. Zou u telkens kunnen aanduiden in welke mate u het ermee eens bent? U kunt antwoorden met helemaal eens (1), eens (2), eens noch oneens (3), oneens (4), helemaal oneens (5).

	Helemaal eens	eens	Eens noch oneens	oneens	Helemaal oneens
1. De politieke partijen zijn alleen maar geïnteresseerd in de stemmen van de mensen, niet in hun mening	5	4	3	2	1
2. De meeste politici beloven veel, maar ze doen niets	5	4	3	2	1
3. Van zodra ze gekozen zijn, voelen de meeste politici zich te goed voor mensen zoals ik	5	4	3	2	1
4. Eigenlijk is er geen enkele politicus die ik zou durven vertrouwen	5	4	3	2	1
5. De meeste van onze politici zijn geschikte mensen die weten wat ze doen.	5	4	3	2	1
6. Mensen zoals ik hebben wel degelijk invloed op wat politici doen en niet doen.	5	4	3	2	1
7. Politici doen opvallende uitspraken om de aandacht van de kiezer te trekken.	5	4	3	2	1
8. De politici houden zich bezig met dingen waar ze zich niet mee moeten moeien.	5	4	3	2	1
9. Politici doen te weinig voor de zwakken in onze maatschappij	5	4	3	2	1
10. Het is belangrijk conflicten door overleg op te lossen	5	4	3	2	1

Vraag 9. In welke mate vertrouwt u erop dat de Belgische regering de problemen kan oplossen waar België op dit moment mee te kampen heeft? Vertrouwt u er volledig op, eerder op, noch wel noch niet op, eerder niet op of helemaal niet op? *Omcirkel slechts 1 antwoord.*

- 1 Ik vertrouw er volledig op
- 2 Ik vertrouw er eerder op
- 3 Ik vertrouw er noch wel, noch niet op
- 4 Ik vertrouw er eerder niet op
- 5 Ik vertrouw er helemaal niet op

Vraag 10. In welke mate bent u het eens met volgende uitspraken. U kunt antwoorden met helemaal eens (1), eens (2), eens noch oneens (3), oneens (4), helemaal oneens (5).

	Helemaal	eens	Eens	oneens	Helemaal
--	----------	------	------	--------	----------

	eens		noch oneens		oneens
1. Ik maak mij vaak zorgen omtrent mijn persoonlijke veiligheid	5	4	3	2	1
2. Ik maak mij vaak zorgen omtrent de persoonlijke veiligheid van mijn vrienden en familieleden	5	4	3	2	1
3. Het is terecht dat mensen angst hebben om het slachtoffer te worden van een misdaad	5	4	3	2	1
4. Er zijn momenten dat ik 's nachts bang ben om buiten te komen	5	4	3	2	1
5. De stad of gemeente waar ik woon is een veilige gemeente	5	4	3	2	1
6. Ik maak mij vaak zorgen omtrent de veiligheid van mijn persoonlijke bezittingen	5	4	3	2	1
7. Er zijn plaatsen of straten waar ik naartoe moet, maar waarik liever niet kom omdat ik er mij onveilig voel?	5	4	3	2	1
8. Ik ben soms bang dat iemand mij op straat zou volgen	5	4	3	2	1

*Vraag 11. Stel dat het morgen verkiezingen zouden zijn, op welke partij zou u dan stemmen (ook indien u nog niet stemplichtig bent)? (Omcirkel **slechts één** van de onderstaande antwoordmogelijkheden.)*

- 19. CD&V
- 20. GROEN!
- 21. NV-A
- 22. sp.a – SPIRIT
- 23. Vivant
- 24. Vlaams Blok
- 25. VLD
- 26. Andere, nl.
- 27. Geen enkele

Om te eindigen stellen we nog enkele algemene vragen

*Vraag 12. Huidige **studierichting** (Omschrijf nauwkeurig)*

Studierichting:.....

Vorm: 1. ASO - 2. TSO - 3. BSO (Omcirkel het juiste antwoord)

Vraag 13. Ben je een (omcirkel het cijfer voor het gepaste antwoord)

- 5. Jongen
- 6. Meisje

*Vraag 14. In welk **jaar** ben je geboren ? 19....*

BEDANKT VOOR UW MEDEWERKING!

Bijlage 5: Vragenlijst B/ codeboek B (ouders)

B ouder



Onderzoek: de rol van de media in de Symbolische Samenleving : vragenlijst B

Dit onderzoek wordt gedaan in het kader van een licentiaatsverhandeling communicatiewetenschappen aan de KU Leuven en heeft betrekking op de rol die de media spelen in de vorming van clusters van smaken en opvattingen. We zijn in deze vragenlijst geïnteresseerd in uw mediagebruik, mediavorkeuren en participatie aan het verenigingsleven. Ook wordt er gepeild naar politieke interesse en gevoelens van onveiligheid.

Het spreekt voor zich dat uw antwoorden **strikt vertrouwelijk** zijn. De vragenlijst is volstrekt **anoniem**. De antwoorden van alle vragenlijsten worden samengevoegd, zodat het achteraf niet mogelijk is te achterhalen wat u hebt geantwoord.

De vragenlijst dient ingevuld te worden door die ouder (of de persoon die als ouder beschouwd wordt) die het eerst jarig is in het jaar.

De vragenlijst is **eenvoudig** in te vullen. Mogen wij u vriendelijk verzoeken alle vragen zo volledig mogelijk te beantwoorden. Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer 10 minuten. Bij voorbaat dank voor uw medewerking, want zonder u is dit onderzoek onmogelijk.

Na het invullen van de vragenlijst moet de zoon/dochter deze terug meenemen naar school op het afgesproken tijdstip.

Om te beginnen zouden we u enkele vragen willen stellen over uw mediagebruik en -voorkeuren.

Vraag 1. Hieronder vind je een lijst met verschillende TV-programma's. Zou je voor elk TV-programma kunnen aanduiden hoe vaak u het bekijkt. Een **0** betekent dat je het programma **niet kent**. Let op! Je kan **slechts één** cijfer omcirkelen.

(bijna) dagelijkse programma's						
Programma ↓	Ken ik niet	(bijna) elke dag	3 à 4 keer per week	1 à 2 keer per week	Bijna nooit	Nooit
1.De Rode Loper	0	4	3	2	1	0
2.Blokken	0	4	3	2	1	0
3.VRT-journaal	0	4	3	2	1	0
4.Man bijt hond	0	4	3	2	1	0
5.Thuis	0	4	3	2	1	0
6.De laatste show	0	4	3	2	1	0
7.Ter zake	0	4	3	2	1	0
8.Mooi en meedogenloos	0	4	3	2	1	0
9.Safe!	0	4	3	2	1	0
10.VTM-nieuws	0	4	3	2	1	0
11.Familie	0	4	3	2	1	0
12.Home and away	0	4	3	2	1	0
13.Friends	0	4	3	2	1	0
14.Nieuws en weer op VT4	0	4	3	2	1	0
Wekelijkse programma's						
Programma ↓	Ken ik niet	(bijna) elke week	3 à 4 keer per maand	1 à 2 keer per maand	Bijna nooit	Nooit

15.Koppen	0	4	3	2	1	0
16.De Zevende Dag	0	4	3	2	1	0
17.Klant of koning?	0	4	3	2	1	0
18.F.C. De Kampioenen	0	4	3	2	1	0
19.De Pappenheimers	0	4	3	2	1	0
20.Het Eiland	0	4	3	2	1	0
21.Witse	0	4	3	2	1	0
22.Vox Pop	0	4	3	2	1	0
23.Het geslacht De Pauw	0	4	3	2	1	0
24.Eurosong 2004	0	4	3	2	1	0
25.10 voor taal	0	4	3	2	1	0
26.Palavra	0	4	3	2	1	0
27.Stille Waters	0	4	3	2	1	0
28.Polspoel & Desmet	0	4	3	2	1	0
29.Recht van Antwoord	0	4	3	2	1	0
30.Jambers, 10 jaar later	0	4	3	2	1	0
31.2 straten verder	0	4	3	2	1	0
32.Hallo België	0	4	3	2	1	0
33.Wittekerke	0	4	3	2	1	0
34.De Planckaerts	0	4	3	2	1	0
35.Spoed	0	4	3	2	1	0
36.Zone Stad	0	4	3	2	1	0
37.Bluf	0	4	3	2	1	0
38.Puur toeval	0	4	3	2	1	0
39.De nieuwe mama	0	4	3	2	1	0
40.De ideale schoonzoon	0	4	3	2	1	0
41.Telefacts	0	4	3	2	1	0
42.De vloek van Vlimovost	0	4	3	2	1	0
43.Napoléon	0	4	3	2	1	0
44.Nachtwacht	0	4	3	2	1	0
45.Villa Politica	0	4	3	2	1	0
46.Coninx & Van Wijck	0	4	3	2	1	0
47.De rechtvaardige rechters	0	4	3	2	1	0
48.Voetzoeker	0	4	3	2	1	0
49.Per seconde wijzer	0	4	3	2	1	0
50.Panorama	0	4	3	2	1	0
51.De Poolreizigers	0	4	3	2	1	0
52.24	0	4	3	2	1	0
53.Joe Millionaire	0	4	3	2	1	0
54.Ally McBeal	0	4	3	2	1	0
55.Meneer Crets kijkt TV	0	4	3	2	1	0
56.Extreme Makeover	0	4	3	2	1	0
57.Chris & co	0	4	3	2	1	0
58.Patrouille	0	4	3	2	1	0
59.De bevalling	0	4	3	2	1	0
60.C.S.I. Miami	0	4	3	2	1	0

Vraag 2. Hieronder vind je een lijst met verschillende tijdschriften. Zou je voor elk tijdschrift programma kunnen aanduiden of je er nooit (5), enkele keren per jaar (4), één keer per maand (3), enkele keren per maand (2) of (bijna) wekelijks (1) in leest. Een **0** betekent dat je het tijdschrift **niet kent**. Let op! Je kan **slechts één** cijfer omcirkelen.

Tijdschrift ↓	Ken ik niet	(bijna) wekelijks	Enkele keren per maand	Eén keer Per maand	Enkele keren per jaar	Nooit
1.HUMO	0	4	3	2	1	0
2.Knack	0	4	3	2	1	0

3.Joepie	0	4	3	2	1	0
4.Flair	0	4	3	2	1	0
5.Feeling	0	4	3	2	1	0
6.Story	0	4	3	2	1	0
7.Dag Allemaal	0	4	3	2	1	0
8.Cosmopolitan	0	4	3	2	1	0
9.Vogue	0	4	3	2	1	0
10.P-Magazine	0	4	3	2	1	0
11.Voetbalmagazine	0	4	3	2	1	0
12.Oor	0	4	3	2	1	0
13.Eos	0	4	3	2	1	0
14.Autogids	0	4	3	2	1	0
15.Netwerk	0	4	3	2	1	0
16.TV-blad	0	4	3	2	1	0
17.TV-familie	0	4	3	2	1	0
18.Libelle	0	4	3	2	1	0
19.Ché	0	4	3	2	1	0
20.Menzo	0	4	3	2	1	0
21.Andere:.....	0	4	3	2	1	0

Vraag 3. Hieronder vind je een lijst met verschillende radiozenders. Zou je voor elke zender kunnen aanduiden of je er nooit (5), bijna nooit (4), 1 à 2 keer per week (3), 3 à 4 keer per week (2) of (bijna) elke dag (1) naar luistert. Een **0** betekent dat je de radiozender **niet kent**. Let op! Je kan **slechts één** cijfer omcirkelen.

Zender ↓	Ken ik niet	(bijna) elke dag	3 à 4 keer per week	1 à 2 keer per week	Bijna nooit	Nooit
1.Radio 1	0	4	3	2	1	0
2.Radio 2	0	4	3	2	1	0
3.Klara	0	4	3	2	1	0
4.Studio Brussel	0	4	3	2	1	0
5.Radio Donna	0	4	3	2	1	0
6.Q-Music	0	4	3	2	1	0
7.4 FM	0	4	3	2	1	0
8.Radio Contact	0	4	3	2	1	0
9.Lokale Radio	0	4	3	2	1	0

Vraag 4. Hieronder vind je een lijst met **muziekgenres**. Zou u voor elk muziekgenre kunnen aanduiden hoe vaak u naar een **cd/dvd/cassette/mp3** van dit muziekgenre luistert. Een **0** betekent dat je het genre **niet kent**. Let op! Je kan **slechts één** cijfer omcirkelen

Genre ↓	Ken ik niet	(bijna) dagelijks	Enkele keren per week	Enkele keren per maand	Enkele keren per jaar	Nooit
1. Jazz en / of Blues	0	4	3	2	1	0
2. Disco	0	4	3	2	1	0
3. Rap, Hip Hop	0	4	3	2	1	0
4. Rock	0	4	3	2	1	0
5. Klassieke muziek	0	4	3	2	1	0
6. Folk /	0	4	3	2	1	0
7. "Tien om te zien"-muziek	0	4	3	2	1	0
8. Techno	0	4	3	2	1	0
9. House	0	4	3	2	1	0

10. Schlaggers	0	4	3	2	1	0
11. Heavy Metal	0	4	3	2	1	0
12. Hard Rock	0	4	3	2	1	0
13. Acila	0	4	3	2	1	0
14. Punk / Punkrock	0	4	3	2	1	0
15. Sixties muziek	0	4	3	2	1	0
16. Seventies muziek	0	4	3	2	1	0
17. Alternatieve muziek	0	4	3	2	1	0
18. Filmmuziek	0	4	3	2	1	0
19. Franse chansons	0	4	3	2	1	0
20. Rai	0	4	3	2	1	0
21. Kleinkunst	0	4	3	2	1	0
22. Vlaamse rock	0	4	3	2	1	0
23. Hardcore – gabber	0	4	3	2	1	0
24. Hardcore – gitaar	0	4	3	2	1	0
25. Funk	0	4	3	2	1	0
26. Hitparademuziek	0	4	3	2	1	0
27. Soul/R&B	0	4	3	2	1	0
28. Reggae	0	4	3	2	1	0
29. Ska	0	4	3	2	1	0
30. Trance/ambient	0	4	3	2	1	0
31. New wave	0	4	3	2	1	0

Vervolgens zouden we je enkele vragen willen stellen over uw participatie aan het verenigingsleven.

Vraag 5. Kan je zeggen of je al dan niet lid bent van één van de volgende organisaties. **0** betekent dat je **geen lid** bent, **1** dat je **gewoon lid** bent (je betaalt dus het lidgeld, ontvangt en leest eventueel een ledenblaadje), **2** betekent dat je **actief** deelneemt aan activiteiten. **3** betekent dat je in de **leiding** staat, dat je activiteiten mee helpt organiseren of actief bent in een bestuursorgaan. *Omcirkel slechts 1 antwoord.*

	Geen lid	Gewoon lid	Deelnemend lid aan activiteiten	Bestuurslid
1. Vrijwilligerswerk in een vereniging die mensen groepeerd die anderen helpen (vb.gehandicapten, bejaarden, kansarmen ...)	12	13	14	15
2. Een jongerenafdeling van een politieke partij	12	13	14	15
3. Een antiracistische organisatie	12	13	14	15
4. Een milieuvereniging, dierenbeschermingsvereniging	12	13	14	15
5. Een mensenrechtenorganisatie (bv. Amnesty International)	12	13	14	15
6. Een vredesorganisatie (bv. Pax Christi ...)	12	13	14	15
7. Een sportvereniging op competitieniveau	12	13	14	15
8. Een amateur- of recreatiesportvereniging	12	13	14	15
9. Een culturele vereniging (bv. Muziek, toneel, zang ...)	12	13	14	15
10. Een hobbyvereniging (bv. Knutselclub, schaakclub ...)	12	13	14	15
11. Een jeugdhuis/jeugdclub	12	13	14	15
12. Een derdewereldorganisatie (bv. 11-11-11 ...)	3	1	2	3
13. Een jongerenafdeling van een mutualiteit of vakbond	12	13	14	15
14. Een fanclub of supportersclub	0	1	2	3
15. Een jeugdbeweging / jongerenorganisatie	0	1	2	3
16. Een toneel- of dansvereniging	0	1	2	3
17. Een kookclub	0	1	2	3
18. Een kunstvereniging	0	1	2	3

19. Een vrouwen- of mannenorganisatie	0	1	2	3
20. Een vakbond	0	1	2	3
21. Een religieuze vereniging	0	1	2	3
22. Een ziekenfonds	0	1	2	3
23. Rode Kruis/ Brandweer	0	1	2	3
24. Een politieke vereniging	0	1	2	3
25. Een dierenclub (bv. paarden- of hondenclub)	0	1	2	3
26. Een zelfhulpgroep	0	1	2	3
27. Een wijk- of buurtcomité (ook carnavalvereniging, redactie van een lokaal tijdschrift, ...)	0	1	2	3
28. Een adviesraad (bv. gemeente of school)	0	1	2	3
29. Andere:	0	1	2	3

Vraag 6. Hoeveel tijd besteedt u (uitgedrukt in aantal uren) per week aan het verenigingsleven? (Omcirkel slechts één antwoord).

- 19. 0 tot 1 uur per week
- 20. 1 tot 2 uur per week
- 21. 2 tot 3 uur per week
- 22. 3 tot 4 uur per week
- 23. 4 tot 5 uur per week
- 24. meer dan 6 uur per week

Vraag 7. Hieronder worden een aantal zaken opgenoemd die sommigen wel eens doen en anderen niet. Kunt u zeggen of u deze **activiteit** tijdens de **voorbije 6 maanden** nooit (5), minder dan één keer per maand (4), één of twee keer per maand (3), één of twee keer per week (2), of dagelijks of bijna dagelijks (1) gedaan hebt? (Omcirkel per uitspraak het cijfer dat best overeenkomt met uw antwoord).

	Dagelijks of bijna dagelijks	Eén of twee keer per week	Eén of twee keer per maand	Minder dan één keer per maand	nooit
1. Vrienden of kennissen voor een etentje ontvangen	4	3	2	1	0
2. Bij vrienden of kennissen op bezoek gaan	4	3	2	1	0
3. Een korte babbel met onbekenden (op straat, in de winkel, op de trein,...)	4	3	2	1	0
4. Chatten op het internet of discussiefora	4	3	2	1	0
5. Deelnemen aan een cursus (bv. Pc-cursus, kooklessen, taalcursus,...)	4	3	2	1	0
6. Op café gaan met vrienden of kennissen	4	3	2	1	0
7. Met vrienden of kennissen activiteiten organiseren (bv. Samen gaan sporten, uitstap maken, ...)	4	3	2	1	0
8. Met vrienden of kennissen een bepaalde hobby uitoefenen in clubverband (vb. biljarten, vissen, toneel, wandelen...)	4	3	2	1	0
9. Samen met vrienden of kennissen naar een sportwedstrijd gaan zien.	4	3	2	1	0
10. Deelnemen aan buurt- of wijkactiviteiten	4	3	2	1	0
11. Uitgaan naar een fuif, feestje of discotheek	4	3	2	1	0
12. Naar een pop- of rockconcert of muziekfestival gaan.	4	3	2	1	0
14. Naar een dans- of balletvoorstelling gaan.	4	3	2	1	0

14. Naar een theatervoorstelling gaan.	4	3	2	1	0
15. Naar een opera of klassiek muziekconcert gaan.	4	3	2	1	0
16. Naar een tentoonstelling/museum gaan.	4	3	2	1	0
17. Naar lezingen of voordrachten gaan.	4	3	2	1	0
18. Activiteiten ten voordele van plaatselijke verenigingen bijwonen.	4	3	2	1	0
19. Naar de kerk gaan of religieuze vereniging.	4	3	2	1	0
20. Gezelschapsspelletjes spelen	4	3	2	1	0

In het volgende deel zouden we graag uw mening weten over een aantal uitspraken

Vraag 8. Zou u telkens kunnen aanduiden in welke mate u het ermee eens bent? U kunt antwoorden met helemaal eens (1), eens (2), eens noch oneens (3), oneens (4), helemaal oneens (5).

	Helemaal eens	eens	Eens noch oneens	oneens	Helemaal oneens
1. De politieke partijen zijn alleen maar geïnteresseerd in de stemmen van de mensen, niet in hun mening	5	4	3	2	1
2. De meeste politici beloven veel, maar ze doen niets	5	4	3	2	1
3. Van zodra ze gekozen zijn, voelen de meeste politici zich te goed voor mensen zoals ik	5	4	3	2	1
4. Eigenlijk is er geen enkele politicus die ik zou durven vertrouwen	5	4	3	2	1
5. De meeste van onze politici zijn geschikte mensen die weten wat ze doen.	5	4	3	2	1
6. Mensen zoals ik hebben wel degelijk invloed op wat politici doen en niet doen.	5	4	3	2	1
7. Politici doen opvallende uitspraken om de aandacht van de kiezer te trekken.	5	4	3	2	1
8. De politici houden zich bezig met dingen waar ze zich niet mee moeten moeien.	5	4	3	2	1
9. Politici doen te weinig voor de zwakken in onze maatschappij	5	4	3	2	1
10. Het is belangrijk conflicten door overleg op te lossen	5	4	3	2	1

Vraag 9. In welke mate vertrouwt u erop dat de Belgische regering de problemen kan oplossen waar België op dit moment mee te kampen heeft? Vertrouwt u er volledig op, eerder op, noch wel noch niet op, eerder niet op of helemaal niet op? *Omcirkel slechts 1 antwoord.*

- 1** Ik vertrouw er volledig op
- 2** Ik vertrouw er eerder op
- 3** Ik vertrouw er noch wel, noch niet op
- 4** Ik vertrouw er eerder niet op
- 5** Ik vertrouw er helemaal niet op

Vraag 10. In welke mate bent u het eens met volgende uitspraken. U kunt antwoorden met helemaal eens (1), eens (2), eens noch oneens (3), oneens (4), helemaal oneens (5).

	Helemaal eens	eens	Eens noch oneens	oneens	Helemaal oneens
1. Ik maak mij vaak zorgen omtrent mijn persoonlijke veiligheid	5	4	3	2	1
2. Ik maak mij vaak zorgen omtrent de persoonlijke veiligheid van mijn vrienden en familieleden	5	4	3	2	1

3. Het is terecht dat mensen angst hebben om het slachtoffer te worden van een misdaad	5	4	3	2	1
4. Er zijn momenten dat ik 's nachts bang ben om buiten te komen	5	4	3	2	1
5. De stad of gemeente waar ik woon is een veilige gemeente	5	4	3	2	1
6. Ik maak mij vaak zorgen omtrent de veiligheid van mijn persoonlijke bezittingen	5	4	3	2	1
7. Er zijn plaatsen of straten waar ik naartoe moet, maar waarik liever niet kom omdat ik er mij onveilig voel?	5	4	3	2	1
8. Ik ben soms bang dat iemand mij op straat zou volgen	5	4	3	2	1

Vraag 11. Stel dat het morgen verkiezingen zouden zijn, op welke partij zou u dan stemmen? (Omcirkel **slechts één** van de onderstaande antwoordmogelijkheden.)

- 28. CD&V
- 29. GROEN!
- 30. NV-A
- 31. sp.a – SPIRIT
- 32. Vivant
- 33. Vlaams Blok
- 34. VLD
- 35. Andere, nl.
- 36. Geen enkele

Om te eindigen stellen we nog enkele algemene vragen

Vraag 12. Wat is het **hoogste diploma** dat u heeft behaald? (omcirkel het cijfer voor het gepaste antwoord)

- 12. geen
- 13. lager onderwijs
- 14. lager middelbaar beroepsonderwijs
- 15. lager middelbaar technisch onderwijs
- 16. lager middelbaar algemeen vormend onderwijs
- 17. hoger middelbaar beroepsonderwijs
- 18. hoger middelbaar technisch onderwijs
- 19. hoger middelbaar algemeen vormend onderwijs
- 20. niet-universitair hoger onderwijs van het korte type (2 of 3 jaar)

- 21. niet-universitair hoger onderwijs van het lange type (4 of 5 jaar)
- 22. universitair onderwijs
- 12. andere

Vraag 13. Ben je een (omcirkel het cijfer voor het gepaste antwoord)

- 7. Man
- 8. Vrouw

*Vraag 14. In welk **jaar** ben je geboren ? 19....*

BEDANKT VOOR UW MEDEWERKING!

Deze vragenlijst dient via de zoon/dochter terug meegenomen te worden naar de school.

Bijlage 6 : Referenties meegewerkte scholen

Vraag 1.1



-
- **Instituut Onbevlekt Hart van Maria Lummen**
Pastoor Frederickxstraat 9
3560 Lummen

☎ **013/ 52 10 07**
bovenbouwschool.ohvm@st-pieter.be

- **Sint- Jozefscollege Beringen**
Collegestraat 1
3580 Beringen

☎ **011/42 29 80**
bovenbouwschool.sic@st-pieter.be

- **Sinte-Lutgartinstituut Beringen**
Hoogstraat 16
3580 Beringen

☎ **011/45 62 30**
bovenbouwschool.sli@st-pieter.be

- **Vrij Technisch Instituut Beringen**
Burgemeester Geyskensstraat 11
3580 Beringen

☎ **011/42 20 58**
bovenbouwschool.vti@st-pieter.be

Bijlage 7. Frequentietabel televisieprogramma's (onderzoek B)

	<i>nooit</i>									
	<i>bijna nooit</i>		<i>1 à 2 x / week</i>		<i>3 à 4 x / week</i>		<i>(bijna) elke dag</i>			
	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen
De Rode Loper	41,74	29,47	37,39	40,00	16,52	17,89	2,61	6,32	0,87	6,32
Blokken	20,87	15,79	50,43	32,63	20,00	15,79	7,83	12,63	0,87	23,16
VRT-journaal	16,52	8,42	24,35	17,89	24,35	12,63	22,61	11,58	12,17	48,42
Man bijt hond	19,13	15,79	45,22	27,37	31,30	25,26	3,48	10,53	0,87	21,05
Thuis	71,30	57,89	14,78	11,58	6,09	10,53	0,87	4,21	6,96	14,74
De laatste show	40,87	32,63	26,09	22,11	16,52	22,11	11,30	12,63	4,35	10,53
Ter Zake	53,04	37,89	36,52	25,26	7,83	21,05	1,74	9,47	0,87	4,21
Mooi en meedogenloos	72,17	73,68	13,91	11,58	6,09	6,32	0,87	4,21	6,96	4,21
Safe!	73,04	68,42	13,91	11,58	7,83	7,37	1,74	8,42	3,48	4,21
VTM-nieuws	19,13	7,37	19,13	18,95	26,09	16,84	18,26	23,16	16,52	33,68
Familie	59,13	51,58	16,52	21,05	10,43	6,32	5,22	10,53	8,70	10,53
Home and Away	71,30	80,00	14,78	10,53	4,35	4,21	2,61	3,16	6,96	2,11
Friends	9,57	57,89	20,87	18,95	32,17	13,68	13,91	4,21	21,74	5,26
Nieuws/weer op VT4	60,00	67,37	26,96	18,95	11,30	6,32	0,00	4,21	1,74	2,11
	<i>nooit</i>									
	<i>bijna nooit</i>		<i>1 à 2 x / maand</i>		<i>3 à 4 x / maand</i>		<i>(bijna) elke week</i>			
	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen
Koppen	54,78	30,53	27,83	27,37	13,04	13,68	0,87	11,58	3,48	15,79
De Zevende Dag	66,96	43,16	22,61	22,11	8,70	13,68	0,87	7,37	0,87	13,68
Klant of koning?	83,48	57,89	8,70	21,05	6,96	7,37	0,00	3,16	0,00	10,53
F.C. De Kampioenen	22,61	13,68	31,30	16,84	20,87	29,47	8,70	14,74	14,78	25,26
De Pappenheimers	44,35	38,95	20,00	13,68	16,52	12,63	5,22	10,53	13,91	23,16
Het Eiland	60,87	67,37	11,30	7,37	10,43	5,26	2,61	5,26	14,78	12,63
Witse	65,22	49,47	12,17	10,53	6,09	1,05	3,48	5,26	13,04	32,63
Vox Pop	76,52	68,42	15,65	15,79	5,22	7,37	1,74	4,21	0,87	3,16
Het geslacht De Pauw	54,78	57,89	7,83	14,74	15,65	5,26	5,22	9,47	16,52	12,63
Eurosong 2004	35,65	23,16	26,96	30,53	13,04	11,58	6,09	9,47	18,26	24,21
10 voor taal	42,61	33,68	34,78	20,00	14,78	27,37	5,22	11,58	1,74	6,32
Palavra	91,30	78,95	6,09	8,42	0,87	6,32	0,87	4,21	0,00	2,11
Stille Waters	83,48	56,84	8,70	13,68	4,35	8,42	0,87	5,26	2,61	13,68
Polspoel & Desmet	84,35	60,00	10,43	24,21	4,35	12,63	0,87	2,11	0,00	1,05
Recht van Antwoord	47,83	30,53	25,22	26,32	10,43	24,21	12,17	12,63	4,35	5,26
Jambers, 10 jaar later	39,13	31,58	24,35	18,95	16,52	35,79	12,17	8,42	7,83	3,16
2 straten verder	53,91	55,79	27,83	13,68	8,70	15,79	5,22	9,47	4,35	4,21
Hallo België	74,78	67,37	11,30	12,63	6,96	8,42	3,48	6,32	3,48	4,21
Wittekerke	49,57	50,53	8,70	13,68	14,78	11,58	10,43	5,26	14,78	17,89
De Planckaerts	58,26	40,00	16,52	23,16	13,91	16,84	4,35	5,26	6,96	11,58
Spoed	49,57	45,26	20,00	15,79	7,83	16,84	8,70	10,53	13,91	10,53
Zone Stad	79,13	72,63	7,83	5,26	1,74	7,37	6,09	8,42	5,22	6,32
Bluf	70,43	73,68	17,39	9,47	6,09	10,53	1,74	4,21	4,35	1,05
Puur toeval	80,87	78,95	11,30	5,26	1,74	10,53	1,74	1,05	4,35	4,21
De nieuwe mama	41,74	48,42	16,52	14,74	13,91	12,63	7,83	7,37	20,00	15,79
Telefacts	27,83	18,95	21,74	8,42	26,09	33,68	12,17	22,11	11,30	15,79
De vloek van Vlimovost	95,65	93,68	3,48	1,05	0,87	1,05	0,00	4,21	0,00	0,00

Napoléon	97,39	94,74	2,61	2,11	0,00	0,00	0,00	1,05	0,00	2,11
Nachtwacht	94,78	91,58	4,35	2,11	0,00	2,11	0,87	1,05	0,00	2,11
Villa Politica	92,17	83,16	6,96	8,42	0,87	5,26	0,00	1,05	0,00	1,05
Coninx & Van Wijck	92,17	82,11	6,09	8,42	0,87	4,21	0,00	3,16	0,87	2,11
De rechtvaardige rechters	65,22	66,32	16,52	18,95	10,43	8,42	4,35	4,21	3,48	2,11
Voetzoeker	93,91	92,63	4,35	3,16	0,87	1,05	0,87	2,11	0,00	0,00
Per seconde wijzer	90,43	78,95	6,09	7,37	1,74	8,42	1,74	4,21	0,00	1,05
Panorama	80,00	43,16	13,91	20,00	3,48	21,05	0,87	11,58	0,87	2,11
De Poolreizigers	40,00	65,26	20,87	13,68	16,52	10,53	8,70	3,16	13,91	6,32
24	66,09	76,84	10,43	7,37	6,09	2,11	5,22	6,32	12,17	5,26
Joe Millionaire	73,04	83,16	18,26	7,37	1,74	6,32	2,61	2,11	4,35	0,00
Ally McBeal	52,17	76,84	30,43	13,68	10,43	8,42	5,22	0,00	1,74	0,00
Meneer Crets kijkt TV	58,26	81,05	19,13	10,53	13,04	4,21	5,22	2,11	4,35	1,05
Extreme Makeover	42,61	65,26	24,35	12,63	15,65	7,37	7,83	6,32	9,57	7,37
Chris & co	17,39	38,95	19,13	21,05	24,35	20,00	16,52	8,42	22,61	8,42
Patrouille	38,26	54,74	27,83	22,11	13,04	14,74	11,30	4,21	9,57	3,16
De Bevalling	57,39	54,74	15,65	18,95	13,04	14,74	6,96	3,16	6,96	7,37
C.S.I. Miami	57,39	74,74	18,26	7,37	8,70	6,32	4,35	5,26	11,30	4,21

Bijlage 8. Frequentietabel magazines (onderzoek B)

	<i>nooit</i>		<i>enkele x / jaar</i>		<i>1 x / maand</i>		<i>enkele x / maand (bijna) elke week</i>			
	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen
HUMO	36,52	47,37	28,70	24,21	10,43	4,21	9,57	3,16	14,78	21,05
Knack	59,13	70,53	29,57	17,89	6,09	5,26	1,74	2,11	3,48	4,21
Joepie	71,30	81,05	17,39	15,79	4,35	1,05	1,74	1,05	5,22	1,05
Flair	59,13	56,84	19,13	32,63	6,09	2,11	5,22	4,21	10,43	4,21
Feeling	80,00	71,58	16,52	23,16	2,61	2,11	0,00	3,16	0,87	0,00
Story	60,87	56,84	18,26	28,42	4,35	5,26	4,35	4,21	12,17	5,26
Dag Allemaal	50,43	49,47	19,13	22,11	1,74	5,26	6,96	5,26	21,74	17,89
Cosmopolitan	86,09	92,63	7,83	6,32	2,61	1,05	2,61	0,00	0,00	0,00
Vogue	93,04	92,63	6,96	7,37	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
P-Magazine	58,26	74,74	18,26	17,89	10,43	5,26	6,96	1,05	6,09	1,05
Voetbalmagazine	72,17	81,05	14,78	14,74	7,83	1,05	4,35	1,05	0,87	2,11
Oor	97,39	94,74	1,74	4,21	0,87	1,05	0,00	0,00	0,00	0,00
Eos	84,35	81,05	11,30	13,68	3,48	2,11	0,87	1,05	0,00	1,05
Autogids	60,87	69,47	24,35	21,05	6,96	4,21	5,22	4,21	2,61	1,05
Netwerk	68,70	83,16	16,52	10,53	8,70	3,16	2,61	1,05	3,48	2,11
TV-blad	54,78	67,37	15,65	13,68	10,43	3,16	4,35	2,11	14,78	12,63
TV-familie	73,04	82,11	14,78	8,42	4,35	4,21	1,74	1,05	6,09	3,16
Libelle	65,22	53,68	18,26	26,32	7,83	8,42	3,48	4,21	5,22	6,32
Ché	80,87	86,32	11,30	13,00	6,09	0,00	1,74	0,00	0,00	0,00
Menzo	86,96	90,53	9,57	9,47	2,61	0,00	0,87	0,00	0,00	0,00

Bijlage 9. Frequentietabellen radiozenders en muziekgenres

	<i>nooit</i>		<i>bijna nooit</i>		<i>1 à 2 x / week</i>		<i>3 à 4 x / week</i>		<i>(bijna) dagelijks</i>	
	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen
<i>Radio 1</i>	43,48	35,79	38,26	30,53	10,43	15,79	4,35	4,21	2,61	13,68
<i>Radio 2</i>	39,13	25,26	38,26	21,05	14,78	12,63	4,35	9,47	3,48	31,58
<i>Klara</i>	84,35	78,95	13,04	14,74	0,87	2,11	0,87	2,11	0,87	2,11
<i>StuBru</i>	18,26	34,74	22,61	34,74	22,61	14,74	13,91	4,21	21,74	9,47
<i>Donna</i>	8,70	7,37	10,43	13,68	13,91	15,79	26,09	13,68	40,87	49,47
<i>Q-Music</i>	18,26	33,68	14,78	21,05	23,48	14,74	21,74	16,84	21,74	12,63
<i>4FM</i>	51,30	62,11	16,52	13,68	16,52	7,37	8,70	6,32	6,96	8,42
<i>Contact</i>	36,52	56,84	31,30	21,05	10,43	11,58	14,78	7,37	6,96	3,16
<i>Lokale radio</i>	66,09	63,16	19,13	17,89	6,09	11,58	3,48	4,21	5,22	3,16

	<i>nooit</i>		<i>enkele x / jaar</i>		<i>enkele x / maand</i>		<i>enkele x / week</i>		<i>(bijna) elke dag</i>	
	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen	jongeren	ouderen
Jazz/Blues	60,00	54,74	28,70	28,42	5,22	7,37	5,22	7,37	0,87	2,11
Disco	24,35	31,58	33,04	22,11	18,26	20,00	14,78	15,79	8,70	10,53
Rap, Hip Hop	13,04	71,58	16,52	15,79	16,52	4,21	22,61	3,16	30,43	5,26
Rock	27,83	35,79	17,39	14,74	9,57	18,95	19,13	17,89	25,22	11,58
Klassieke muziek	63,48	49,47	30,43	34,74	2,61	11,58	1,74	3,16	1,74	1,05
Folk/Wereldmuziek	80,87	61,05	12,17	26,32	3,48	6,32	0,87	4,21	0,87	1,05
TOTZ-muziek	65,22	50,53	19,13	17,89	7,83	14,74	4,35	12,63	1,74	4,21
Techno	15,65	83,16	20,00	10,53	21,74	2,11	21,74	4,21	20,87	0,00
House	14,78	80,00	26,96	10,53	13,91	6,32	21,74	3,16	21,74	0,00
Schlagers	80,00	73,68	13,91	11,58	3,48	7,37	2,61	3,16	0,00	4,21
Heavy Metal	63,48	83,16	17,39	11,58	5,22	5,26	6,09	0,00	7,83	0,00
Hard Rock	60,00	72,63	16,52	16,84	7,83	8,42	4,35	2,11	11,30	0,00
Agila	99,13	97,89	0,87	0,00	0,00	1,05	0,00	0,00	0,00	0,00
Punk/Punkrock	51,30	82,11	15,65	9,47	12,17	6,32	8,70	0,00	11,30	1,05
Sixties muziek	40,87	10,53	32,17	23,16	13,91	28,42	9,57	21,05	3,48	16,84
Seventies muziek	37,39	9,47	33,91	18,95	13,91	30,53	11,30	24,21	3,48	16,84
Alternatieve muziek	40,87	60,00	17,39	16,84	19,13	10,53	7,83	4,21	14,78	5,26
Filmmuziek	19,13	49,47	40,87	28,42	31,30	12,63	6,96	3,16	1,74	6,32
Franse chansons	84,35	72,34	12,17	14,89	2,61	7,45	0,87	3,19	0,00	2,13
Raï	98,26	94,74	0,87	4,21	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,05
Kleinkunst	68,70	61,05	16,52	18,95	8,70	13,68	3,48	5,26	0,87	1,05
Vlaamse Rock	55,65	48,42	17,39	24,21	13,04	18,95	6,96	3,16	6,09	4,21
Hardcore-gabber	70,43	93,68	18,26	5,26	5,22	1,05	2,61	0,00	2,61	0,00
Hardcore-gitaar	73,91	95,79	17,39	4,21	5,22	0,00	1,74	0,00	0,87	0,00
Funk	53,04	73,68	21,74	17,89	13,91	7,37	5,22	0,00	5,22	0,00
Hitparademuziek	29,57	35,79	13,04	14,74	25,22	17,89	13,04	11,58	18,26	20,00

Soul/R&B	12,17	47,37	20,87	21,05	14,78	15,79	15,65	12,63	34,78	3,16
Reggae	40,87	61,05	30,43	21,05	11,30	12,63	12,17	4,21	3,48	0,00
Ska	86,96	91,58	6,96	7,37	0,87	1,05	2,61	0,00	1,74	0,00
Trance/Ambient	38,26	88,42	12,17	6,32	13,04	3,16	17,39	0,00	18,26	1,05
New Wave	58,26	82,11	22,61	13,68	6,09	3,16	7,83	1,05	4,35	0,00

Bijlage 10. Frequentietabel informele en culturele activiteiten

	<i>nooit</i>		<i>< 1 x / maand</i>		<i>1 à 2 x / maand</i>		<i>1 à 2 x / week</i>		<i>(bijna) elke dag</i>	
	<i>jongeren</i>	<i>ouderen</i>	<i>jongeren</i>	<i>ouderen</i>	<i>jongeren</i>	<i>ouderen</i>	<i>jongeren</i>	<i>ouderen</i>	<i>jongeren</i>	<i>ouderen</i>
vrienden of kennissen voor een etentje ontvangen	16,52	10,53	42,61	60,00	30,43	24,21	6,96	2,11	3,48	3,16
bij vrienden of kennissen op bezoek gaan	0,00	4,21	9,57	30,53	35,65	45,26	40,00	16,84	14,78	3,16
een korte babbel met onbekenden	13,91	18,95	39,13	20,00	25,22	23,16	15,65	24,21	6,09	11,58
chatten op het internet of discussie	6,96	83,16	14,78	6,32	9,57	3,16	16,52	3,16	51,30	4,21
deelnemen aan een cursus	76,52	66,32	14,78	18,95	1,74	5,26	5,22	7,37	0,87	1,05
op café gaan met vrienden of kennissen	7,83	18,95	17,39	35,79	29,57	22,11	41,74	17,89	2,61	4,21
met vrienden of kennissen activiteiten organiseren	13,04	15,79	18,26	46,32	37,39	18,95	26,09	18,95	5,22	0,00
met vrienden een bep. hobby uitoefenen in clubverband	23,48	33,68	13,04	25,26	15,65	13,68	38,26	25,26	9,57	1,05
samen met vrienden naar een sportwedstrijd gaan	40,00	43,16	26,09	21,05	14,78	13,68	19,13	20,00	0,00	2,11
deelnemen aan buurt- of wijkactiviteit	63,48	55,79	31,30	37,89	4,35	3,16	0,87	2,11		1,05
uitgaan naar een fuif, feestje of disco	2,61	44,21	13,91	44,21	29,57	9,47	51,30	2,11	2,61	0,00
naar een pop- of rockconcert of muziekfestival gaan	41,74	61,05	47,83	37,89	8,70	1,05	1,74	0,00	0,00	0,00
naar een dans- of balletvoorstelling	76,52	91,58	20,87	7,37	1,74	0,00	0,00	1,05	0,87	0,00
naar een theatervoorstelling gaan	62,61	70,53	33,04	25,26	3,48	3,16	0,87	1,05	0,00	0,00
naar een opera of klassiek muziekconcert gaan	93,91	80,00	5,22	17,89	0,87	2,11	0,00	0,00	0,00	0,00
naar een tentoonstelling/museum gaan	71,30	67,37	27,83	28,42	0,87	1,05	0,00	2,11	0,00	0,00
naar lezingen of voordrachten gaan	90,43	68,42	7,83	26,32	1,74	3,16	0,00	1,05	0,00	1,05
activiteiten t.v.v. plaatselijke verenigingen bijwonen	69,57	44,21	23,48	45,26	5,22	8,42	1,74	2,11	0,00	0,00
naar de kerk gaan of religieuze verenigingen bijwonen	68,70	44,21	25,22	44,21	1,74	9,47	3,48	1,05	0,87	1,05
gezelschapsspelletjes spelen	26,09	29,47	44,35	50,53	21,74	16,84	7,83	2,11	0,00	1,05

Bijlage 11. T-testen favoriete tijdschrift (onderzoek A)

A voorkeur HUMO					
	gemiddelde	ja	nee	F	sign. <0,05
TV1	6,89	7,73	6,64	3,976	0,000
Canvas	5,90	7,15	5,53	6,952	0,000
Ketnet	5,45	6,26	5,21	0,560	0,012
VTM	6,05	4,59	6,49	0,086	0,000
KANAALTWEE	7,00	5,85	7,34	2,690	0,000
VT4	7,26	6,13	7,59	0,015	0,000
Donna	7,41	6,75	7,60	0,130	0,015
Q-Music	7,01	6,05	7,27	1,059	0,003
Jazz/Blues	4,43	5,31	4,15	0,015	0,009
Rap, Hip Hop	5,73	4,70	6,05	1,198	0,007
Rock	5,27	6,27	4,97	3,753	0,010
Klassieke Muziek	3,25	4,17	2,97	0,056	0,014
TOTZ-muziek	3,04	2,06	3,35	10,265	0,002
Kleinkunst	4,01	5,09	3,62	13,835	0,003
Vlaamse Rock	4,02	4,73	3,78	6,405	0,034
Hardcore-gitaar	2,07	2,84	1,83	0,815	0,038
Funk	3,63	4,49	3,32	0,177	0,024
Buitenlandse soaps	3,95	2,43	4,40	5,745	0,000
Quizprogramma's	5,21	4,35	5,48	3,094	0,013
Koppelprogramma's	3,51	1,83	4,02	16,662	0,000
Human Interest-programma's	5,64	4,61	5,96	0,848	0,005
Shows	4,76	3,85	5,04	0,045	0,009
Reality TV	5,95	4,51	6,39	1,843	0,000

A voorkeur Knack					
	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
Canvas	5,90	8,56	5,78	4,134	0,000
VTM	6,05	3,56	6,16	0,561	0,003
KANAALTWEE	7,00	3,78	7,14	1,950	0,005
VT4	7,26	4,11	7,40	3,142	0,000
Regio tv	4,98	7,14	4,89	0,674	0,024
TMF	6,74	4,43	6,83	0,956	0,013
Jim TV	6,46	3,57	6,57	0,013	0,003
Radio 1	4,26	6,63	4,15	0,477	0,014
Klara	2,13	5,60	1,99	3,253	0,001
Donna	7,41	3,89	7,57	3,882	0,000
Q-Music	7,01	4,75	7,11	2,991	0,004
Disco	5,40	3,13	5,49	2,308	0,007
Rap, Hip Hop	5,73	2,00	5,91	2,257	0,000

House	4,36	1,78	4,48	2,421	0,014
Sixties muziek	5,34	7,63	5,24	5,478	0,002
Frans chansons	3,02	5,71	2,91	2,520	0,009
Journal, actualiteits- en duidingsprogramma's	6,73	8,67	6,64	2,585	0,019
Buitenlandse soaps	3,95	1,78	4,05	3,009	0,034
Engelstalige Comedy/Familyreeksen	6,82	4,78	6,91	1,326	0,030
SF- en fantasyreeksen	5,01	2,11	5,15	4,659	0,001
Shows	4,76	2,56	4,87	0,119	0,013
Reality TV	5,95	3,00	6,08	2,748	0,003

A voorkeur Joepie

	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
Ketnet	5,45	7,11	5,37	0,055	0,040
VT4	7,26	9,13	7,18	2,858	0,012
TMF	6,74	9,38	6,63	5,202	0,000
Jim TV	6,46	9,44	6,31	6,846	0,000
Rap, Hip Hop	5,73	8,25	5,63	0,375	0,016
Techno	4,28	6,56	4,17	0,277	0,033
House	4,36	7,56	4,21	3,755	0,002
Praatprogramma's	5,18	2,89	5,28	1,315	0,009
Journal, actualiteits- en duiding	6,73	4,11	6,85	1,403	0,001
Koppelprogramma's	3,51	6,22	3,38	0,001	0,007
Tekenfilmreeksen	5,91	8,00	5,82	1,584	0,019

A voorkeur Lifestylebladen

	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
VTM	6,05	6,97	5,90	0,671	0,031
KANAALTWEE	7,00	7,81	6,86	3,126	0,028
TMF	6,74	7,75	6,60	1,255	0,035
Donna	7,41	8,39	7,24	4,677	0,000
Q-Music	7,01	8,26	6,79	0,625	0,002
Contact	5,80	7,17	5,59	0,380	0,009
Hitparademuziek	5,52	6,61	5,32	1,858	0,023
Soul/R&B	6,60	7,74	6,41	3,427	0,037
Buitenlandse soaps	3,95	5,65	3,65	1,244	0,001
Koppelprogramma's	3,51	4,83	3,27	0,025	0,010
Eng.Comedy/Familyreeksen	6,82	7,93	6,63	3,505	0,023
Sportmagazines	5,07	3,71	5,31	1,751	0,018
Human Interest-programma's	5,64	7,06	5,38	4,463	0,000
Shows	4,76	5,84	4,57	5,801	0,007

A voorkeur TV-bladen

	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
Canvas	5,90	4,95	6,12	3,650	0,009
VTM	6,05	7,81	5,62	5,422	0,000
KANAALTWEE	7,00	7,71	6,82	2,754	0,020
StuBru	5,99	4,85	6,27	3,833	0,003
Donna	7,41	7,95	7,28	6,127	0,033
Klassieke Muziek	3,25	2,41	3,46	6,033	0,021

TOTZ-muziek	3,04	4,05	2,79	0,273	0,013
Raï	2,14	0,89	2,40	11,655	0,029
Kleinkunst	4,01	2,65	4,34	0,140	0,007
Quizprogramma's	5,21	6,37	4,94	3,469	0,003
Koppelprogramma's	3,51	5,03	3,13	3,515	0,000
Human Interest-programma's	5,64	6,70	5,38	5,144	0,003
Shows	4,76	5,77	4,52	1,377	0,009

A voorkeur modebladen

	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
Canvas	5,90	3,80	6,01	0,590	0,008
Radio 2	4,78	2,44	4,89	1,158	0,012
Rap, Hip Hop	5,73	7,90	5,62	4,935	0,003
Alternatieve muziek	4,60	6,60	4,47	0,702	0,028
Soul/R&B	6,60	8,20	6,51	4,723	0,008
Buitenlandse soaps	3,95	6,30	3,83	1,615	0,010
Eng. Comedy/Familyreeksen	6,82	9,00	6,71	5,765	0,000
Sportmagazines	5,07	2,70	5,19	1,405	0,027

A voorkeur sportbladen

	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
Rock	5,27	3,42	5,38	0,261	0,033
Agila	1,26	0,00	1,40	7,590	0,000
Kleinkunst	4,01	1,67	4,15	0,948	0,021
Ska	3,65	0,50	3,90	14,704	0,000
Rechtstr.sportuitzendingen	5,79	9,08	5,57	19,177	0,000
Vlaamse series	5,44	3,85	5,55	0,069	0,030
Erotische programma's	4,21	6,27	4,09	1,242	0,024
Tekenfilmreeksen	5,91	4,23	6,02	0,610	0,022
Sportmagazines	5,07	8,38	4,85	14,825	0,000

A voorkeur natuurtijdschriften

	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
Rock	5,27	7,27	5,12	7,242	0,000
Klassieke Muziek	3,25	5,20	3,10	3,151	0,007
Techno	4,28	2,93	4,38	8,359	0,031
House	4,36	2,87	4,48	13,382	0,006
Hard Rock	2,91	4,80	2,75	0,786	0,013
Kleinkunst	4,01	6,40	3,77	9,745	0,000
Vlaamse Rock	4,02	5,73	3,87	5,219	0,010
Praatprogramma's	5,18	6,53	5,08	5,721	0,005
Journal, actualiteits- en duiding	6,73	8,07	6,63	12,852	0,000
Buitenlandse soaps	3,95	2,67	4,05	4,831	0,031
Koppelprogramma's	3,51	1,38	3,65	8,083	0,001
SF- en fantasyreeksen	5,01	6,53	4,89	2,818	0,047
Human Interest-programma's	5,64	3,53	5,80	1,462	0,003

A voorkeur muziekbladen

	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
--	------------	----	-----	---	--------------

StuBru	5,99	10,00	5,95	3,929	0,000
Disco	5,40	2,00	5,43	0,005	0,046
Heavy Metal	2,45	9,00	2,37	1,736	0,001
Hard Rock	2,91	9,00	2,85	1,949	0,004
Punk/Punkrock	2,93	9,50	2,86	3,039	0,001
Alternatieve muziek	4,60	10,00	4,53	5,158	0,000
Hardcore-gitaar	2,07	9,00	1,98	1,085	0,000
Hitparademuziek	5,52	5,00	5,52	4,711	0,012
New Wave	3,87	6,00	3,83	6,053	0,000
Sportmagazines	5,07	8,50	5,03	4,958	0,046

A voorkeur hobbybladen

	gemiddelde	ja	nee	F	sign. < 0,05
VT4	7,26	8,69	7,14	6,195	0,000
Jazz/Blues	4,43	2,94	4,55	0,474	0,020
Klassieke Muziek	3,25	1,20	3,42	11,030	0,000
Techno	4,28	6,75	4,06	4,305	0,002
House	4,36	6,75	4,16	3,473	0,002
Sixties muziek	5,34	3,14	5,50	0,126	0,004
Seventies muziek	5,66	3,57	5,82	1,906	0,006
Filmmuziek	5,49	3,47	5,65	0,306	0,002
Raï	2,14	0,00	2,32	11,732	0,000
Hardcore-gitaar	2,07	0,93	2,19	8,027	0,010
Trance/Ambient	4,87	7,38	4,58	0,531	0,006
Erotische programma's	4,21	5,81	4,07	0,314	0,032
Reality TV	5,95	7,25	5,85	5,800	0,009

Bijlage 12. tabellen concreet kijkgedrag specifieke programma's: frequenties

minstens 1 keer per week

	frequentie	procent
Kijkt noch VRT-journaal, noch VTM-nieuws	25	11,90
Kijkt enkel VRT-journaal	44	20,95
Kijkt enkel VTM-nieuws	47	22,38
Kijkt zowel VTM-nieuws als VRT-journaal	92	43,81
Total	208	99,05
Missing	2	0,95
Total	210	100

(bijna) dagelijks

	frequentie	procent
Kijkt noch VRT-journaal, noch VTM-nieuws	113	53,81
Kijkt enkel VRT-journaal	45	21,43
Kijkt enkel VTM-nieuws	35	16,67
Kijkt zowel VTM-nieuws als VRT-journaal	15	7,14
Total	208	99,05
Missing	2	0,95
Total	210	100

minstens 1 keer per maand

	frequentie	procent
Kijkt noch Eurosong 04, noch De Nieuwe Mama	83	39,52
Kijkt enkel Eurosong 04	44	20,95
Kijkt enkel De Nieuwe Mama	40	19,05
Kijkt zowel Eurosong 04 als De Nieuwe Mama	42	20,00
Total	209	99,52
Missing	1	0,48
Total	210	100

minstens 1 keer per maand

	frequentie	procent
Kijkt noch Panorama noch Extreme Makeover	122	58,10
Kijkt enkel Panorama	27	12,86

Kijkt enkel Extreme Makeover	46	21,90
Kijkt zowel Panorama als Extreme Makeover	12	5,71
Total	207	98,57
Missing	3	1,43
Total	210	100,00

minstens 1 keer per maand

	frequentie	procent
Kijkt noch Koppen noch Telefacts	70	33,33
Kijkt enkel Koppen	13	6,19
Kijkt enkel Telefacts	79	37,62
Kijkt zowel Koppen als Telefacts	45	21,43
Total	207	98,57
Missing	3	1,43
Total	210	100,00

minstens 1 keer per maand

	frequentie	procent
Kijkt noch F.C. De Kampioenen, noch Recht van Antwoord	72	34,29
Kijkt enkel F.C. De Kampioenen	64	30,48
Kijkt enkel Recht van Antwoord	18	8,57
Kijkt zowel F.C. De Kampioenen als Recht van Antwoord	53	25,24
Total	207	98,57
Missing	3	1,43
Total	210	100,00

minstens 1 keer per maand

	frequentie	procent
Kijkt noch De Pappenheimers, noch Jambers	68	32,38
Kijkt enkel De Pappenheimers	52	24,76
Kijkt enkel Jambers	54	25,71
Kijkt zowel Jambers als De Pappenheimers	33	15,71
Total	207	98,57
Missing	3	1,43
Total	210	100,00

Bijlage 13. Antipolitieke houding en onveiligheidsgevoelens: correlaties met tv-programma's

Correlations	jongeren		ouderen	
	onveiligheid	antipolitiek	onveiligheid	antipolitiek
De Rode Loper	-0,087	-0,162	-0,145	-0,022
Blokken	-0,093	-0,107	-0,116	0,051
VRT-journaal	-0,107	-0,085	-0,174	-0,171
Man bijt hond	-0,054	-0,030	0,021	0,049
Thuis	0,010	0,107	0,168	-0,098
De laatste show	0,071	-0,243 *	0,034	-0,190
Ter Zake	0,020	-0,186 *	-0,188	-0,103
Mooi en meedogenloos	0,314 **	0,144	0,163	0,043
Safe!	0,081	-0,057	0,233 *	0,183
VTM-nieuws	0,139	0,040	0,155	0,240 *
Familie	0,168	-0,030	0,164	0,149
Home and Away	0,209 *	0,090	0,129	0,146
Friends	0,007	0,023	0,047	0,068
Nieuws en weer op VT4	0,033	0,105	-0,185	0,056
Koppen	0,046	-0,136	-0,004	-0,169
De Zevende Dag	0,051	-0,090	-0,223 *	-0,007
Klant of koning?	0,087	-0,052	0,174	0,148
F.C. De Kampioenen	0,036	0,000	0,104	0,009
De Pappenheimers	0,018	-0,125	0,072	-0,079
Het Eiland	0,018	-0,096	-0,025	-0,132
Witse	0,036	0,020	0,050	-0,228 *
Vox Pop	0,076	-0,119	0,115	-0,202
Het geslacht De Pauw	-0,041	-0,088	0,145	-0,068
Eurosong 2004	0,148	-0,072	0,225 *	-0,227 *
10 voor taal	0,089	0,017	0,010	-0,110

Palavra	0,035	0,015	-0,002	0,032
Stille Waters	0,166	0,120	0,157	-0,007
Polspoel & Desmet	0,156	-0,131	0,001	-0,120
Recht van Antwoord	0,187 *	0,000	0,158	0,077
Jambers, 10 jaar later	0,158	-0,008	0,164	0,024
2 straten verder	0,128	0,235 *	0,061	0,112
Hallo België	-0,032	0,222 *	0,152	0,030
Wittekerke	0,112	0,088	0,224 *	0,149
De Planckaerts	0,089	-0,098	0,177	0,029
Spoed	0,036	0,053	0,174	0,067
Zone Stad	-0,007	-0,053	0,069	0,010
Bluf	0,146	0,027	0,028	0,079
Puur toeval	0,040	0,203 *	0,017	0,152
De nieuwe mama	0,165	0,011	0,087	0,009
Telefacts	0,095	-0,032	0,154	-0,068
De vloek van Vlimovost	-0,034	-0,073	0,090	-0,072
Napoléon	0,014	0,094	0,251 *	0,042
Nachtwacht	-0,190 *	0,013	0,223 *	-0,044
Villa Politica	-0,119	-0,059	0,198	-0,225 *
Coninx & Van Wijck	0,108	-0,022	-0,037	0,012
De rechtvaardige rechters	0,008	-0,070	-0,035	-0,016
Voetzoeker	0,021	0,149	0,104	0,009
Per seconde wijzer	0,049	-0,002	-0,106	-0,040
Panorama	0,011	-0,105	-0,028	-0,069
De Poolreizigers	-0,034	-0,089	0,155	0,036
24	-0,029	0,023	0,077	-0,013
Joe Millionaire	0,123	-0,066	0,162	-0,021
Ally McBeal	-0,013	0,018	0,049	0,014
Meneer Crets kijkt TV	-0,019	0,169	0,013	0,098
Extreme Makeover	0,201 *	0,149	0,052	-0,006
Chris & co	0,093	0,134	-0,041	-0,044
Patrouille	0,037	0,229 *	-0,013	0,055
De Bevallig	0,135	-0,043	-0,020	-0,144
C.S.I. Miami	0,203 *	0,157	-0,036	0,206

** Correlation is significant at the 0.01 level; * Correlation is significant at the 0.05 level.

Bijlage 14. Nieuwe variabelen na transformatie

Attitudes (onderzoek A)

antipolitieke houding= $v8_1 + v8_2 + v8_3 + v8_4 + v8_5 + v8_6$

onveiligheidsgevoel= $v9_1 + v9_2 + v9_3 + v9_4 + v9_5 + v9_6 + v9_7$

Attitudes (onderzoek B)

antipolitieke houding= $v8_1 + v8_3 + v8_4 + v8_7 + v8_8 + v8_9$

onveiligheidsgevoel= $v10_1 + v10_2 + v10_3 + v10_4 + v10_6 + v10_7 + v10_8$

Televisiezenders (onderzoek A)

openbare zenders = $v1_1 + v1_2$

commerc. zenders = $v1_4 + v1_5 + v1_6$

Televisiezenders (onderzoek B)

openbare zenders = $v1_1 + v1_2 + v1_3 + v1_4 + v1_5 + v1_6 + v1_7 + v1_15 + v1_16 + v1_17 + v1_18 + v1_19 + v1_20 + v1_21 + v1_22 + v1_23 + v1_24 + v1_25 + v1_26 + v1_27 + v1_42 + v1_43 + v1_44 + v1_45 + v1_46 + v1_47 + v1_48 + v1_49 + v1_50$

commerc. zenders = $v1_8 + v1_9 + v1_10 + v1_11 + v1_12 + v1_13 + v1_14 + v1_28 + v1_29 + v1_30 + v1_31 + v1_32 + v1_33 + v1_34 + v1_35 + v1_36 + v1_37 + v1_38 + v1_39 + v1_41 + v1_51 + v1_52 + v1_53 + v1_54 + v1_55 + v1_56 + v1_57 + v1_58 + v1_59 + v1_60$

TV1= $v1_1 + v1_2 + v1_3 + v1_4 + v1_5 + v1_6 + v1_15 + v1_16 + v1_17 + v1_18 + v1_19 + v1_20 + v1_21 + v1_22 + v1_23 + v1_24 + v1_25 + v1_26 + v1_27$

Canvas= $v1_7 + v1_42 + v1_43 + v1_44 + v1_45 + v1_46 + v1_47 + v1_48 + v1_49 + v1_50$

VTM= $v1_8 + v1_9 + v1_10 + v1_11 + v1_28 + v1_29 + v1_30 + v1_31 + v1_32 + v1_33 + v1_34 + v1_35 + v1_36 + v1_37 + v1_38 + v1_39 + v1_41$

Kanaaltwee= $v1_12 + v1_51 + v1_52 + v1_53 + v1_54 + v1_55$

VT4= $v1_13 + v1_14 + v1_56 + v1_57 + v1_58 + v1_59 + v1_60$

Televisieprogramma's: genres (onderzoek B)

nieuws & actualiteit= $v1_3 + v1_7 + v1_10 + v1_14 + v1_15 + v1_16 + v1_28 + v1_41 + v1_45 + v1_46 + v1_50$

soaps= $v1_5 + v1_8 + v1_11 + v1_12 + v1_33$

quiz en spelletjes= v1_2 + v1_9 + v1_19 + v1_37 + v1_38 + v1_49

humor & sitcoms= v1_13 + v1_18 + v1_20 + v1_31 + v1_32 + v1_42 + v1_54 +
v1_57

Vlaams drama= v1_21 + v1_27 + v1_35 + v1_36

Middenveldparticipatie (onderzoek A)

lidmaatschap= som [v6_1 - v6_14] (na hercodering 0=0; 1=1; 2=1; 3=1)

Middenveldparticipatie (onderzoek B)

formele participatie= v5_1 + v5_2 + v5_3 + v5_4 + v5_5 + v5_6 + v5_7 + v5_9 +
v5_12 + v5_13 + v5_15 + v5_19 + v5_20 + v5_22 + v5_23 +
v5_24 + v5_26 (na hercodering 0=0; 1=1; 2=1; 3=1)

informele participatie= v5_8 + v5_10 + v5_11 + v5_14 + v5_16 + v5_17 + v5_18 +
v5_25 + v5_27 + v7_1 + v7_2 + v7_3 + v7_4 + v7_5 + v7_6 +
v7_7 + v7_8 + v7_9 + v7_10 + v7_11 + v7_19 + v7_20
(v5_x na hercodering 0=0; 1=1; 2=1; 3=1)

Kijken naar openbare en/of commerciële zenders (*openbaar_enof_commercieel*)

hercodering programma's openbare zenders:

bijna elke dag/week=1; 3 à 4 x per week/maand=1; 1 à 2 x per week/maand=1; bijna nooit=0; nooit=0
som programma's = *hercodeer_openbaar*

hercodering programma's commerciële zenders:

bijna elke dag/week=1; 3 à 4 x per week/maand=1; 1 à 2 x per week/maand=1; bijna nooit=0; nooit=0
som programma's = *hercodeer_commercieel*

hercodering *hercodeer_openbaar* in *hercodeer2_openbaar*

0=0; all other values =1

hercodering *hercodeer_commercieel* in *hercodeer2_commercieel*

0=0; all other values =3

openbaar_enof_commercieel = *hercodeer2_openbaar* + *hercodeer2_commercieel*

0 = kijkt noch openbare, noch commerciële zenders

1 = kijkt enkel openbare zenders

3 = kijkt enkel commerciële zenders

4 = kijkt zowel openbare als commerciële zenders

andere vergelijkingen: idem